BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keanekaragaman masyarakat dan budaya Indonesia merupakan realitas obyektif yang tidak dapat dipungkiri. Hal itu tercermin dari keragaman agama, etnik, dan budaya yang muncul karena beberapa faktor, seperti wilayah geografis, latar belakang historis, dan psikologis. Di satu sisi, keanekaragaman itu akan memberi warna positif pada sistem nilai budaya bangsa apabila terwujud dalam interaksi yang saling melengkapi, tetapi di sisi lain dapat menjadi sumber konflik apabila tidak dipahami dengan baik. Sebagai konsekuensi logis dari keanekaragaman tersebut adalah menguatnya simbol-simbol identitas. Penguatan identitas pada diri individu ataupun kelompok sangat berpotensi menjadi konflik tatkala bersinggungan dengan identitas-identitas lainnya. Bukan mustahil persinggungan berbagai identitas agama, etnis, dan budaya tersebut jika tidak dikelola dengan baik akan mendatangkan masalah.[1]

Pada beberapa tahun terakhir, khususnya sejak runtuhnya pemerintahan Orde Baru tahun 1998, Indonesia dihadapkan pada banyaknya konflik yang dipicu oleh sentimen primordial.[2] Salah satu masalah yang cukup menyita perhatian adalah maraknya konflik antarkelompok dalam Islam.[3] Banyak faktor yang melatarbelakangi konflik tersebut, di antaranya adalah faktor teologis.

---

[1]Nur Syam, *Tantangan Multikulturalisme Indonesia: Dari Radikalisme Menuju Kebangsaan* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2009), 67-72.
[2]Ihsan Ali-Fauzi, *Pola-pola Konflik Keagamaan di Indonesia (1990-2008)* (Jakarta: Yayasan Wakaf Paramadina, 2009), 1-20.
[3]Endang Turmudi dan Riza Sihbudi, *Islam dan Radikalisme di Indonesia* (Jakarta: LIPI Press, 2004), 1-2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konflik ranah teologi dipicu oleh perbedaan dalam menafsirkan Islam. Setiap kelompok berpendirian pada adanya kebenaran tafsir tunggal, yakni tafsir yang dirumuskannya sendiri. Sementara tafsir oleh pihak lain diposisikan sebagai penafsiran yang berada dalam kesesatan. Dengan bahasa lain, konflik bermain di atas cerita sakral tentang identitas dan perbedaan. Bermain di atas mitos bahwa ada yang lebih tahu tentang benar dan salah dalam menafsirkan Islam. Selain faktor teologis, faktor politis juga dianggap sebagai pemicu konflik internal Islam.[4] Faktor politik-kekuasaan ini bahkan dianggap sebagai pemicu utama perseteruan internal umat Islam, sementara faktor teologis hanya sekadar menjadi pelengkapnya.[5]

Konflik yang akhir-akhir ini sering melibatkan umat Islam, telah menciptakan suatu pola Islam Indonesia yang agak berbeda dibandingkan dengan Islam pada masa awal kedatangannya. Para peneliti sejarah Islam di Indonesia menegaskan bahwa Islam yang dipraktikkan di awal kehadirannya memiliki karakteristik tersendiri (khas) yang membedakan Islam Indonesia dengan Islam di wilayah lain. Islam yang dikenal di Indonesia adalah Islam yang moderat, toleran, dan akomodatif.[6] Secara sosiologis-antropologis, masyarakat Indonesia diakui

---

[4]Saiful Mujani dan Jajat Burhanudin, *Benturan Peradaban: Sikap dan Perilaku Muslim Indonesia terhadap Amerika* (Jakarta: PPIM UIN Jakarta dan Freedom Institute, 2005), 1-3.

[5]Abd. Moqsith Ghazali, "Nestapa Konflik Internal Umat Islam", dalam http://www.islamlib.com/id/artikel (14 Maret 2006).

[6]Menurut Abdul Mun'im DZ, argumentasi yang mendukung karakter dasar Islam Indonesia ini: *pertama*, Islam datang dengan mempertimbangkan tradisi. Tradisi yang berseberangan sekali pun tetap diapresiasi dan dijadikan sarana pengembangan Islam. *Kedua*, Islam datang tidak mengusik agama atau kepercayaan apapun sehingga bisa hidup berdampingan. *Ketiga*, Islam datang mendinamisir tradisi yang sudah usang, sehingga Islam diterima sebagai tradisi dan sebagai agama. *Keempat*, Islam menjadi agama yang mentradisi sehingga orang tidak bisa meninggalkan Islam dalam kehidupan. Abdul Mun'im DZ., "Mengukuhkan Jangkar Islam Nusantara", *Tashwirul Afkar*, Nomor 26 (2008), 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki daya serap yang tinggi dalam hal menerima ajaran agama. Oleh karena itu ketika Islam datang, ia dapat diterima dengan terbuka sehingga pada perkembangan selanjutnya muncul pelbagai macam ritual yang kompleks dalam ber-Islam.[7] Sayangnya, ciri khas Islam Indonesia tersebut sudah dianggap punah karena sudah mengalami perubahan seiring dengan perjalanan sejarah bangsa Indonesia.

Islam sebagai agama yang dipraktikkan di Indonesia pada dasarnya tidak pernah berwajah tunggal sebagaimana dibuktikan dalam sejarah Islam Indonesia. Sejarah mengenal adanya polarisasi umat Islam yang tercermin dalam beragam ritual, ideologi, dan organisasi mereka, baik yang berorientasi keagamaan, sosial, maupun politik. Keragaman pola keberagamaan umat Islam ini oleh para sarjana diidentifikasi dengan pelbagai nama atau label. Salah satu tipologi yang paling populer dikemukakan Clifford Geertz yang membagi pola keberagamaan umat Islam menjadi tiga, yaitu santri, abangan, dan priyayi. Golongan santri diasosiasikan dengan kelompok penganut agama Islam yang taat dan memiliki basis di masjid, surau, mushala, dan pesantren. Golongan abangan diasosiasikan dengan kelompok pewaris nilai-nilai tradisional Jawa seperti gamelan, slametan, dan wayang. Sedangkan golongan priyayi diasosiasikan dengan kelompok penguasa daerah-daerah yang memiliki status ekonomi lebih tinggi daripada wong cilik atau rakyat biasa.[8]

---

[7]James J. Fox, "Religion and Ritual", dalam *Indonesian Heritage*, Volume IX (Singapore: Archipelago Press, 1998), 6.
[8]Clifford Geertz, *The Religion of Java* (Glencoe: Free Press, 1960); Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi* (Bandung: Mizan, 1991), 109-116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akibat akulturasi budaya dan perubahan sejarah, kategori Geertz tersebut untuk saat ini tidak memadai lagi digunakan sebagai perspektif dalam memahami peta budaya Indonesia kontemporer. Banyak pakar yang sudah melakukan kritik terhadap tesisnya,[9] namun demikian klasifikasi Geertz terkadang masih menjadi rujukan penting dalam melihat tradisi keberagamaan Islam, terutama Islam di pulau Jawa.

Di antara sarjana yang mencoba mengklasifikasikan keragaman masyarakat Islam Indonesia adalah Hoesein P.A. Djajadiningrat. Menurutnya, masyarakat Islam Indonesia dapat dikelompokkan menjadi dua secara berseberangan, yaitu kelompok reformis, mencakup aliran modernis dan fundamentalis, dan kelompok konservatif.[10] M. Syafi'i Anwar mengelompokkan berdasarkan pemikiran politik menjadi enam, yaitu intelek Muslim formalistik, substansialistik, transformatif, totalistik, idealistik, dan realistik. Fachry Ali dan Bakhtiar Effendy mengklasifikasikannya dalam empat tipologi, yaitu neo-modernisme, sosialisme-demokrat, universalisme, dan modernisme.[11] Moeslim Abdurrahman membuat tipologi berdasarkan perspektif teologis, menjadi modernisasi Islam, Islamisasi, dan teologi transformatif.[12] M. Masyhur Amin membuat tipologi pemikiran Islam Indonesia menjadi pemikiran teologi tradisional, liberal, sempalan, minimalis, dan

---

[9]Ulasan kritis terhadap tesis Geertz, antara lain oleh Harsya W. Bachtiar, "The Religion of Java: A Commentary", *Majalah Ilmu-ilmu Sastra Indonesia*, Nomor 5 (1975); M.C. Ricklefs, "Six Centuries of Islamization of Java", dalam *Conversion to Islam*, ed. Nihemia Levtzion (New York: Holmes and Meir, 1979).

[10]Hoesein P.A. Djajadiningrat, "Islam di Indonesia", dalam *Islam Jalan Lurus*, ed. Kenneth W. Morgan (Jakarta: Pustaka Jaya, 1986), 448.

[11]Fachry Ali dan Bakhtiar Effendy, *Merambah Jalan Baru Islam: Rekonstruksi Pemikiran Islam Indonesia Masa Orde Baru* (Bandung: Mizan, 1992), 170-192.

[12]Moeslim Abdurahman, *Islam Transformatif* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1995), 103-108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

teologi alternatif.[13] Sedangkan Azyumardi Azra membuat lima tipologi berdasarkan isu-isu utama, yaitu teologi modernisme, transformatif, inklusivisme, fundamentalisme, dan neo-tradisionalisme.[14] Dengan memperhatikan fragmentasi umat Islam Indonesia yang sedemikian rupa, maka tidak heran jika kemudian muncul ketegangan di antara mereka.

Sebagaimana diketahui, sejak pergantian pemerintahan Orde Baru, pergumulan antarkelompok dalam Islam di Indonesia mengalami peningkatan. Pergumulan semakin intensif, terutama untuk demokratisasi. Kelompok-kelompok Islam secara sengaja mengambil isu-isu yang berhubungan langsung dengan praktik politik. Mereka tidak lagi bergumul pada tataran wacana sebagaimana di masa pemerintahan Orde Baru. Periode pasca-Orde Baru memberi kebebasan kepada mereka untuk menyatakan pendapat, membentuk organisasi, memilih ideologi dan *platform*, dan berekspresi dalam aktivitas politik.

Disadari atau tidak, keterbukaan dan kebebasan yang diperoleh dari era reformasi terkadang diekspresikan oleh sebagian kelompok Islam secara berlebihan dan cenderung radikal. Ekspresi keislaman yang cenderung radikal ini mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan jumlah pendukungnya. Melalui berbagai organisasi keislaman, kelompok Islam ini mengekspresikan hak-hak sipil mereka. Ada organisasi yang memperjuangkan implementasi syariat

[13]M. Masyhur Amin, *Dinamika Islam: Sejarah Transformasi dan Kebangkitan* (Yogyakarta: LKPSM, 1995), 152-159.
[14]Azyumardi Azra, *Konteks Berteologi di Indonesia, Pengalaman Islam* (Jakarta: Paramadina, 1999), 52-54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Islam, ada yang memperjuangkan berdirinya negara Islam Indonesia, dan ada yang memperjuangkan terbentuknya kekhalifahan Islam. Gagasan mereka secara masif disosialisasikan melalui berbagai forum dan media massa, baik cetak maupun elektronik. Ajakan untuk memperjuangkan gagasan pemikiran mereka juga dilakukan melalui gerakan aksi turun ke jalan menentang hal-hal yang menurut mereka tidak sesuai dengan syariat Islam.[15] Yang terlihat di televisi, penampilan mereka menonjolkan simbol-simbol agama yang menurut anggapan awam menunjukkan stereotip Islam fundamentalis garis keras. Intensitas gerakan Islam model ini meningkat dan menjadi bahan liputan media massa. Bisa dikatakan setiap ada peristiwa yang melibatkan aktivitas mereka, media massa senantiasa meliputnya sebagai berita.

Bersamaan dengan itu, ada semacam semangat luar biasa yang membuat masyarakat kembali mengarahkan dirinya pada informasi yang ditayangkan media massa, terutama televisi.[16] Meskipun hal ini menandakan animo masyarakat dan apresiasi yang besar terhadap berita yang ditayangkan oleh televisi, sayangnya tidak didukung oleh sistem jurnalisme yang baik. Dalam

---

[15]Beberapa aksi yang bisa disebutkan antara lain pada 2 Juni 1999, unjuk rasa menentang pornografi, perjudian, dan penindasan terhadap umat Islam di depan Polda Metro Jaya; 22 Agustus 1999, pawai akbar keliling Jakarta dengan nama 'Pawai Anti Maksiat"; 13 September 1999, menutup beberapa tempat perjudian di daerah Petojo Utara Jakarta; 22 September 1999, menutup diskotek Indah Sari di Petamburan; 18 Desember 1999, menghancurkan tempat pelacuran di wilayah Ciputat. Saiful Mujani dan Jajat Burhanudin, *Benturan Peradaban, Sikap dan Perilaku Islamis Indonesia terhadap Amerika Serikat* (Freedom Institute, PPIM-UIN Jakarta, dan Nalar, 2005), 160.

[16]Penyajian sebuah informasi tidak lepas dari pengaruh isu-isu umum yang berkembang dalam masyarakat. Berita-berita terkini yang bersifat lokal lebih diminati daripada berita-berita internasional (dunia). Minat ini bersumber pada keinginan manusia untuk membaca tentang orang lain, tempat yang dikenal, dan hal-hal yang menyangkut dirinya. Demikianlah mengapa berita-berita aksi kekerasan yang melanda Indonesia pada saat itu mendapatkan perhatian besar dari masyarakat sehingga media massa pun menyajikannya dalam suatu kemasan yang menarik. Don Michael Flournoy, *Analisa Isi Surat Kabar-Surat Kabar Indonesia* (Yogyakarta: Gadjahmada University Press, 1989), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tataran pragmatis, kebebasan pers yang diperoleh media informasi[17] justeru dianggap sebagai biang dari keresahan sosial melalui kultur berita yang dibangunnya. Berita-berita tentang aksi gerakan Islam fundamentalis garis keras yang diliput secara berlebihan dirasakan sebagai bertentangan dengan etika dan nilai-nilai moral yang ingin dibangun. Sebagai akibat dari terbukanya ruang berekspresi di era reformasi, terkadang media televisi juga terlalu vulgar dalam menyampaikan informasi.[18] Dalam beberapa kesempatan, situasi tersebut menjadi perbincangan berbagai sarjana di beberapa seminar dan diskusi. Situasi tersebut juga mendapat perhatian tersendiri dari kelompok Islam yang tidak sepaham dengan aksi kelompok Islam fundamental.[19]

Menurut Effendi Gazali, gejala peliputan media atas kasus-kasus agama barangkali perlu dikaitkan dengan soal *media literacy* (kecerdasan bermedia). Pihak media seharusnya memikirkan soal tersebut sebelum mengeluarkan rangkaian keputusan. Pertimbangan yang layak diajukan adalah apakah sudah tepat memberitakan peristiwa yang dalam konteks masyarakat Indonesia akan dengan cepat memancing reaksi massa?[20] Pertanyaan lain yang perlu diajukan

---

[17]Pada era reformasi, kebebasan berpendapat melalui media informasi menemukan momentumnya. Pada masa pemerintahan B.J. Habibie, undang-undang yang membatasi kebebasan pers dicabut. Peraturan tentang SIUPP yang meresahkan itu diganti dengan UU Pers No. 40 tahun 1999 yang menjamin kebebasan pers. Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 37.

[18]Pemerintah merespon fakta ini dengan digulirkannya Undang-undang Nomor 9 Tahun 1998 tentang Kemerdekaan Menyampaikan Pendapat di Muka Umum.

[19]Banyak pihak berharap agar kultur berita yang dibangun oleh televisi merupakan bentuk dari tanggung jawabnya kepada masyarakat. Artinya, kultur berita yang dibangun semestinya diarahkan kepada promosi mengenai demokrasi dan pembentukan masyarakat madani yang lebih bertanggungjawab. Tim Redaksi LP3ES, *Jurnalisme Liputan 6: antara Peristiwa dan Ruang Publik* (Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 2006), 37-38.

[20]Effendi Gazali, "Perlu Kecerdasan Bermedia Soal Agama", dalam http://www.islamlib.com/id/index.php? page=article&id=835 (19 Juni 2005).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah bagaimana media audio-visual menjalankan perannya dalam peristiwa-peristiwa semacam itu? Media sebenarnya sangat berhubungan dengan sistem penandaan dan berpotensi besar untuk mendekonstruksi stereotipe yang menjadi dasar pertentangan antarkelompok Islam tersebut. Karena itu, peran media audio-visual adalah memberi ruang kepada publik untuk menafsir dan menafsir-ulang secara kritis, mencipta dan mencipta-ulang pelbagai pengertian tentang perbedaan identitas dan budaya di Indonesia, terutama hubungan antara budaya dominan dan budaya minoritas. Dengan demikian, media tidak mengeksploitasi makna kebudayaan, tetapi mengeksplorasinya dalam masyarakat sehingga menjadi relevan dengan nilai-nilai kesetaraan dan keadilan.[21]

Dalam situasi yang demikian, ketika masyarakat Indonesia sedang bersemangat mengikuti berita di televisi, tiba-tiba mereka disuguhi tayangan iklan Islam Warna-warni di stasiun televisi RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) dan SCTV (Surya Citra Televisi). Pada mulanya masyarakat pemirsa tidak tampak mempersoalkan tayangan tersebut, tetapi setelah melewati sekitar satu pekan penayangan, ada kelompok Islam yang mempersoalkannya. Kehadiran iklan tersebut akhirnya menimbulkan ketegangan antarkelompok dalam Islam di Indonesia. Ketegangan terjadi antara kelompok Islam liberal yang diwakili oleh Jaringan Islam Liberal (JIL) yang menjadi pendukung utama Komunitas Islam Utan Kayu (KIUK) sebagai pemilik iklan dan kelompok Islam fundamental yang diwakili oleh Majelis Mujahidin Indonesia (MMI) sebagai pemirsa iklan.

[21]Aryo Danusiri, “Memfilmkan Indonesia”, *Clea,* Nomor 05 (Oktober-Nopember, 2004).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara kronologis, kasus berawal pada bulan Agustus tahun 2002 ketika dua stasiun televisi swasta Indonesia RCTI dan SCTV selama dua pekan menayangkan iklan layanan masyarakat[22] Islam Warna-warni. Iklan yang berdurasi satu menit dalam versi utuh atau tiga puluh detik dalam versi pendek[23] dan sudah memiliki izin lulus sensor dari Lembaga Sensor Film (LSF) Indonesia nomor 8990/VC/7.2003/2002 itu[24] ditayangkan sebanyak 10 hingga 15 kali dalam sehari.

Menurut koordinator program iklan dari JIL, informasi yang ingin disampaikan oleh iklan yang mengambil *setting* khitanan massal itu adalah keragaman Islam dan toleransi.[25] Di sana ada adegan pesta khitanan, ritus yang sangat akrab pada masyarakat Islam di Indonesia. Ada kelompok qasidahan yang menyanyikan lagu yang untuk pertama kali dipopulerkan oleh sebuah grup dari Semarang, Nasyida Ria, berjudul "Perdamaian". Ada komedi putar: anak-anak dengan pelbagai ragam pakaian bersuka cita menikmati pesta khitanan itu. Perempuan yang tampil dalam iklan itu juga berbagai-bagai: ada yang pakai jilbab, ada yang tidak. Iklan itu menggambarkan bagaimana Islam tampil sebagaimana adanya dalam kehidupan sehari-hari, yakni Islam yang muncul

---

[22]Pada akhir tayangan disebutkan iklan adalah iklan layanan masyarakat. Artinya, iklan dibuat dan ditayangkan untuk menginformasikan sesuatu yang penting bagi masyarakat luas dan bukan untuk tujuan komersial. Courtland L. Bovee, *Advertising Excellence* (New York: McGraw-Hill, Inc., 1995), 405.

[23]Ulil Abshar-Abdalla, *Menjadi Muslim Liberal* (Jakarta: Jaringan Islam Liberal, 2005), 38.

[24]Dikutip dari surat Lembaga Sensor Film nomor 8990/VC/7.2003/2003 tanggal 11 Juli 2002, bahwa judul rekaman video "Khitanan Massal" lulus sensor untuk semua umur dan berlaku hingga 10 Juli 2003.

[25]Nong Darol Mahmada, "Sensor atas Nama Islam", dalam http://www.islamlib.com (7 Agustus 2002).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam pelbagai wajah yang beragam, tak cuma satu.[26] Karenanya, pesan iklan berbunyi "Islam Warna-warni, Tak Cuma Satu, Banyak Ragam, Saling Menghargai".[27] Dalam pembuatan iklan Islam Warna-warni, JIL sebagai perwakilan Komuntas Islam Utan Kayu bekerjasama dengan Yayasan Sains, Estetika, dan Teknologi (Yayasan SET) yang dipimpin Garin Nugroho.

Pada 4 Agustus 2002, MMI melalui surat nomor 29/DATIN-MM/VIII/02 mengajukan somasi kepada direktur utama SCTV dan RCTI dengan tuntutan agar penayangan iklan Islam Warna-warni dihentikan paling lambat 3 x 24 jam. Dalam somasinya, Ketua Departemen Data dan Informasi (Datin) MMI menyatakan bahwa "tayangan iklan tersebut akan melahirkan opini yang salah tentang Islam. Seolah-olah Islam itu bermacam-macam sehingga akan muncul opini pluralisme agama yang meyakini bahwa semua agama itu baik dan benar".[28] Dengan mengutip al-Qur'an, 21 (*al-Anbiyā*'): 92,[29] al-Qur'an, 23 (*al-Mu'minūn*): 52-54,[30] al-Qur'an, 3 (*Āli 'Imrān*): 19,[31] dan al-Qur'an, 49 (*al-Ḥujurāt*): 13,[32] pihak RCTI dan SCTV diharapkan "takut kepada *hisāb* Allah dan jika tidak memenuhi somasi tersebut, perkara ini akan diadukan ke Polda Metro Jaya sebagai tindak pidana pelecehan agama (Pasal 156a KUHP)".[33]

---

[26]Ulil Abshar-Abdalla, *Menjadi Muslim Liberal*, 38.
[27]Nong Darol Mahmada, "Sensor atas Nama Islam", dalam http://www.islamlib.com (7 Agustus 2002).
[28]Dikutip dari Salinan Surat Ketua Data dan Informasi MMI nomor 29/DATIN-MM/VIII/02 tentang Somasi tertanggal 4 Agustus 2002.
[29]إنّ هذه أمتكم أمّة واحدة وأنا ربّكم فاعبدون
[30]وإنّ هذه أمتكم أمّة واحدة وأنا ربّكم فاتّقون. فتقطّعوا أمرهم بينهم زبراً كلّ حزب بمالديهم فرحون. فذرهم غمرتهم حتّى حين
[31]إنّ الدّين عند الله الإسلام وما اختلف الّذين أوتوا الكتاب إلّا من بعد ما جاءهم العلم بغيا بينهم ومن يكفر بئايات الله فإنّ الله سريع الحساب
[32]يــأيّها النّاس إنّا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إنّ أكرمكم عند الله أتقاكم إنّ الله عليم خبير
[33]Dikutip dari Salinan Surat Ketua Data dan Informasi MMI nomor 29/DATIN-MM/VIII/02 tentang Somasi tertanggal 4 Agustus 2002.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menanggapi somasi tersebut, pihak SCTV mengadakan rapat direksi dan hasilnya langsung disampaikan melalui telepon oleh Budi Dharmawan kepada Fauzan al-Anshari (Ketua Datin MMI) dan Nong Darol Mahmada. Intinya pihak SCTV menghentikan tayangan iklan tersebut, dengan menyatakan "setelah memperhatikan dengan seksama, tayangan iklan tersebut telah mengakibatkan polemik dalam satu agama yang sangat sensitif, karena itu iklan ini di-*drop*".[34] Keputusan tersebut selanjutnya disampaikan melalui surat kepada JIL dan MMI pada 7 Agustus 2002. Sedangkan pihak RCTI, melalui Gupuh Widayadi memberikan jawaban tertulis atas somasi MMI pada 7 Agustus 2002, yang intinya pihak RCTI tidak keberatan dengan tuntutan somasi tersebut karena pada hari itu, tanggal 7 Agustus 2002, kontrak penayangan iklan antara JIL dan RCTI sudah berakhir. Meski menurut pengakuannya, penghentian tayangan iklan di RCTI sudah dilakukan sejak tanggal 5 Agustus 2002.[35]

Pada 9 Agustus 2002, Ulil Abshar-Abdalla dan sejumlah orang dari Komunitas Islam Utan Kayu datang ke kantor RCTI dan SCTV untuk minta penjelasan perihal penghentian tayangan iklan Islam Warna-warni. Ulil Abshar-Abdalla menanyakan alasan stasiun televisi menghentikan penayangan yang tanpa konfirmasi dan musyawarah dengan pihaknya sebagai pemilik iklan. Melalui Gupuh Widayadi, RCTI menyatakan bahwa terkait kontroversi iklan Islam Warna-warni, atas pertimbangan bahwa tanggal 7 Agustus 2002 masa kontrak penayangan iklan berakhir, maka RCTI memutuskan untuk tidak memperpanjang

[34]Taufik Andrie, "Islam Warna-warni, Televisi Hitam Putih: Iklan Bernuansa Islam yang Berujung Polemik", dalam http://www.Pantau.or.id/artikel (2 September 2002).
[35]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontrak dengan JIL. Pihak RCTI menyarankan JIL dan MMI menyelesaikan masalah perbedaan tafsir iklan itu terlebih dahulu jika ingin memperpanjang masa kontrak. Sementara pihak SCTV, melalui Budi Dharmawan, tetap tidak bisa melanjutkan penayangan iklan meskipun masa tayang belum berakhir. Dasar yang digunakan SCTV adalah keputusan rapat direksi, bahwa iklan tersebut terlalu sensitif.[36]

Pada 11 Agustus 2002, Ulil Abshar-Abdalla menulis artikel di situs www.islamlib.com dengan judul "Islam Warna-warni".[37] Demikian juga Luthfi Assyaukanie pada 13 Agusutus 2002 menulis tema yang sama di Koran Tempo.[38] Keduanya bermaksud menjelaskan penayangan iklan Islam Warna-warni di media televisi dari berbagai sudut pandang. Pada 14 Agustus 2002, di Jakarta Media Center Kebun Sirih, diselenggarakan konferensi pers bertajuk "Kebebasan Berekspresi dalam Sorotan: Kasus Iklan Islam Warna-warni". Hadir dalam kesempatan itu antara lain Ulil Abshar-Abdalla, Goenawan Mohamad, Atmakusumah Astraatmadja, Rizal Mallarangeng, dan Lies Markus. Dalam acara yang didukung oleh 26 Organisasi Massa tersebut dibacakan pernyataan sikap, bahwa tuduhan MMI terhadap iklan Islam Warna-warni sebagai pelecehan terhadap agama dinilai sebagai absolutisme penafsiran. Dalam pernyataan sikap itu juga, kalimat "pelecehan terhadap agama" sebagaimana yang dituduhkan oleh

---

[36]Ibid.
[37]Ulil Abshar-Abdalla, "*Islam Warna-warni",* dalam http://www.islamlib.com/id/index.php?page=article&id=236 (11 Agustus 2002).
[38]Luthfi Assyaukanie, "Islam Warna-warni", *Koran Tempo* (13 Agustus 2002); Luthfi Assyaukanie, "Islam Warna-Warni", dalam http://www.islamlib.com/id/index.php?page=article&id=150 (13 Agustus 2002).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

MMI dianggap sebagai ancaman besar bagi kebebasan berekspresi secara umum.[39]

Pada 15 Agustus 2002, MMI melalui Fauzan al-Anshari juga membuat pernyataan pers untuk menjawab konferensi pers di Jakarta Media Center. Dalam pernyataannya, MMI menyampaikan hormat (*salute*) kepada stasiun SCTV yang telah menyerap aspirasi umat Islam.[40] Sebelumnya Fauzan telah mengatakan, "SCTV mengucapkan terima kasih karena merasa telah diingatkan oleh MMI" dan menurut Fauzan tindakan SCTV itu dinilai baik karena telah mengakomodir aspirasi MMI, melalui pernyataannya, "bagus, SCTV berani tidak hanya membela yang bayar, tapi juga berani membela yang benar".[41]

Ade Armando dalam sebuah diskusi bertajuk "Islam Liberal: Bahaya atau Alternatif" di kampus Universitas Indonesia menegaskan bahwa somasi yang dilakukan MMI atas iklan Islam Warna-warni adalah hal yang wajar dan tidak melanggar hukum. Apa yang dilakukan MMI adalah untuk menegakkan etika masyarakat. Oleh karena itu, baik JIL selaku pemilik iklan maupun pihak-pihak lain tidak perlu bersikap reaktif yang berlebihan terhadap langkah MMI itu. Apalagi menyerang dengan tuduhan-tuduhan yang tidak proporsional. Ade melihat, langkah somasi itu sesuai dengan demokrasi dan hukum yang berlaku di Indonesia.[42]

---

[39]*Kompas* (14 Agustus 2002).
[40]Taufik Andrie, "Islam Warna-warni, Televisi Hitam Putih: Iklan Bernuansa Islam yang Berujung Polemik", dalam http://www.Pantau.or.id/artikel (2 September 2002).
[41]Ibid.
[42]Ade Armando, "Somasi Iklan Islam Warna-warni Sesuai Prinsip Demokrasi", dalam http://www.eramuslim.com (22 September 2002).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada 22 September 2002, Koordinator JIL mengadukan MMI ke Polda Metro Jaya dengan tuduhan pencemaran nama baik. Ulil Abshar-Abdalla menjelaskan bahwa langkah pengaduan ini terpaksa dilakukan karena MMI menuduh JIL telah menafsirkan Islam dengan cara yang bisa menyesatkan umat. Ulil Abshar-Abdalla balik menuduh MMI sebagai pihak yang seolah-olah berperan sebagai hakim yang berwenang menentukan bahwa suatu tindakan itu mencemarkan Islam atau bukan.[43]

Menanggapi pengaduan itu, Fauzan al-Anshari menyatakan siap menghadapi gugatannya dan menganggap hal itu sebagai langkah yang baik agar masing-masing pihak memperoleh hak menyatakan pendapatnya.[44] Dukungan terhadap sikap dan tindakan yang dilakukan MMI datang dari berbagai pihak. Iklan Islam Warna-warni yang diwacanakan oleh pendukung JIL di berbagai media, mendapatkan wacana balik (*counter discourse*) dari para pendukung MMI. Mereka mengadakan diskusi di beberapa *mailing list*[45]dan topik "Islam Warna-warni" memperoleh tempat yang signifikan sebagai bahan diskusi.[46]

Memperhatikan kronologi peristiwa tersebut, tampaknya polemik seputar iklan Islam Warna-warni tidak sekadar menyangkut persoalan iklan dan penafsirannya,[47] tetapi juga menyangkut persoalan kebebasan pers dan kebebasan

---

[43]*Koran Tempo* (23 September 2002).
[44]Ibid.
[45]Beberapa website yang sering dijadikan ajang diskusi antara lain: www.hidayatullah.com; www.pantau.or.id; www.eramuslim.com.
[46]http://www.eramuslim.com/ks/um/29/3747,1,v,html (30 September 2002).
[47]Menurut Dawam Rahardjo, MMI memandang istilah "warna-warni" mengandung pelecehan, sedangkan JIL menganggap "warna-warni" adalah sesuatu yang indah seperti pelangi. Hal itu berkaitan juga dengan pandangan mengenai pluralisme. Bagi MMI, pluralisme tidak sesuai dengan ajaran Islam, sedangkan JIL berpandangan Islam berwatak liberal, sehingga menimbulkan ekspresi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berekspresi di Indonesia. Dalam sarasehan yang diselenggarakan oleh Yayasan SET dengan tema "Kebebasan Berekspresi dan Kebebasan Mendapatkan Informasi", disampaikan bahwa kasus semacam iklan Islam Warna-warni, dalam skala luas, merupakan buah dari tidak berfungsinya ruang publik secara maksimal lantaran terlalu kuatnya otoritas pemerintah dan institusi keagamaan dalam menentukan kebijakan publik.[48] Ini artinya, kontroversi iklan Islam Warna-warni menjadi semakin kompleks tidak saja berkaitan dengan tatanan sosial, tetapi juga menyangkut persoalan hukum, politik, agama, dan budaya.

Menarik untuk diperhatikan pula bahwa iklan Islam Warna-warni yang bertujuan menyampaikan informasi tentang keragaman Islam dan toleransi mengambil *setting* pesta khitanan massal. Pertanyaannya, apa hubungan antara pesta khitanan massal di iklan tersebut dengan keragaman Islam dan toleransi di Indonesia? Pertanyaan semacam itu menjadi penting diajukan bagi keberlangsungan pemaknaan-pemaknaan ulang terhadap praktik khitanan, terlebih ketika hal itu dimunculkan dalam bentuk iklan di televisi. Karena, iklan televisi sebagai produk diakui mampu mengeksploitasi apa yang tidak bisa dilakukan oleh media lain seperti majalah, koran, dan radio.[49] Iklan yang

---

keislaman yang bagaikan pelangi yang indah. Dawam Rahardjo,"Islam: Tunggal atau Warna-warni", *Sinar Harapan* (27 Desember 2005).

[48]Yasraf A. Piliang, "Kebebasan dalam Ekspresi dan Informasi: Berbagai Problematika dan Demokratisasi", Makalah disampaikan dalam Sarasehan bertajuk "Kebebasan Berekspresi dan Kebebasan Mendapatkan Infomasi" (Bandung: Yayasan SET dan Yayasan MARA, 5 Desember 2005).

[49]Tiga segi yang dieksploitasi, yaitu musik, aksi, dan percakapan. Musik menentukan modus produksi, memadukan elemen bersama-sama dan menyediakan tema. Aksi mendemonstrasikan atau mengilustrasikan aspek-aspek produksi dan menghasilkan pengaruh kuat dramatis dari sebuah mikrodrama yang mengundang perhatian. Sedangkan percakapan membantu mengidentifikasi produk, menggambarkan produk, dan menegaskan produk. Graeme Burton, *Membincangkan Televisi: Sebuah Pengantar kepada Kajian Televisi*, ter. Laily Rahmawati (Yogyakarta-Bandung: Jalasutra, 2007), 139-140.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditayangkan melalui media televisi adalah produk yang polisemi, karena televisi sendiri diidentifikasi sebagai media yang bersifat polisemik. Polisemi ini cenderung menghasilkan kompleksitas visual dan aural, sehingga membaca iklan televisi adalah sebuah aktivitas yang rumit.[50]

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Menurut M. Muhsin Jamil, perseteruan antara JIL dan MMI jika dilihat dari sudut pandang konstelasi pemikiran Islam modern merupakan medan perebutan pengaruh antara dua kelompok Islam penganut "madhhab" yang berbeda dalam upaya menguasai panggung wacana keislaman di Indonesia. JIL menggambarkan pola Islam Indonesia yang mencoba mempraktikkan pemikiran liberal untuk memaknai Islam di dalam konteks modernisasi kehidupan dan kebudayaan masyarakat Indonesia. Sedangkan MMI menggambarkan pola pemikiran fundamental atau anti-liberalisme Islam dengan maksud agar pemikiran dan praktik Islam tidak mengalami pencemaran dari pemikiran atau ideologi lain seperti sekularisme atau liberalisme.[51] Dari sisi kesejarahan, perebutan wacana keislaman tersebut sudah berlangsung lama[52] dan kasus iklan Islam Warna-warni hanya salah satu dari deretan panjang (catatan kaki) perebutan wacana tersebut.

---

[50]Ibid.

[51]M. Muhsin Jamil, *Membongkar Mitos Menegakkan Nalar: Pergulatan Islam Liberal Versus Islam Literal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 93-144.

[52]Ade Armando, "Citra Kaum Pembaru dalam Propaganda Media Dakwah", *Ulumul Qur'an*, Nomor 3, Volume IV (1993), 66-76; William R. Liddle, "Skripturalisme Media Dakwah: Satu Bentuk Pemikiran dan Aksi Politik Islam Masa Orde Baru", *Ulumul Qur'an*, Nomor 3, Volume IV (1993), 53-65; Robert W. Hefner, "Print Islam: Mass Media and Ideological Rivalries among Indonesia Muslims", *Indonesia*, Nomor 64 (October, 1997), 77-103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Azyumardi Azra, berlarutnya perseteruan dua komunitas Islam tersebut dalam rumah besar Indonesia merupakan refleksi dari multidimensi kesenjangan sosial yang diperburuk oleh ketiadaan kerangka institusional dan konstitusional yang memadai bagi upaya resolusi konflik.[53] Berkaitan dengan itu, sudah seharusnya setiap upaya penyelesaian konflik sosial dan keagamaan tidak dilakukan secara tambal sulam dengan mengandalkan pada niat baik saja, tetapi dibutuhkan modus vivendi dan modus operandinya yang terencana dan komprehensif.

Untuk mendukung upaya tersebut, penelitian tentang iklan Islam Warna-warni yang menjadi sumber konflik antara JIL dan MMI ini menjadi signifikan dilakukan, karena selain merefleksikan fenomena sosial-keagamaan di atas, juga diharapkan dapat membangkitkan kesadaran dan kepekaan terhadap kenyataan kemajemukan, pluralitas bangsa, baik dalam agama, budaya, hingga orientasi politik di Indonesia.

Indonesia memang bukan negara agama, namun secara sosiologis, agama (khususnya Islam) menempati posisi yang sangat strategis dalam proses transformasi sosial yang terjadi di negara ini. Hal tersebut dikarenakan kuatnya pengaruh nilai dan ajaran agama dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Mengingat pentingnya peran agama dalam perubahan masyarakat Indonesia tersebut, maka fenomena konflik yang melibatkan kelompok-kelompok gerakan keislaman ini menjadi hal yang relevan dan penting untuk diteliti.

---

[53]Azyumardi Azra, "Gerakan Islam Militan di Asia Tenggara: Identitas dan Tantangan", *Analisis CSIS*, Nomor I, Volume 33 (2004), 99.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konteks munculnya iklan yang menjadi sumber konflik antara JIL dan MMI bertepatan dengan maraknya gerakan Islam radikal di Indonesia.[54] Mengacu pada pemikiran Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese,[55] situasi tersebut berpeluang mempengaruhi proses konstruksi iklan Islam Warna-warni oleh para penciptanya. Selain itu, faktor kepentingan, baik kepentingan individu maupun kepentingan kelompok (organisasi) yang terlibat dalam penciptaan iklan juga berpengaruh. Pada tingkat individual, setiap orang yang bekerja dalam organisasi mempunyai sikap, nilai, kepercayaan dan orientasi tertentu dalam ideologi, agama, dan aliran yang semua komponen itu berpengaruh terhadap hasil kerjanya. Pada tingkat organisasi, tujuan dan kebijakan organisasi merupakan kekuatan yang tidak dapat dielakkan dalam mengonstruksikan realitas iklan. Semua itu terjadi dalam tatanan yang bersifat hirarkis serta berlangsung simultan.

Tentang proses konstruksi realitas, pada prinsipnya setiap upaya menceritakan (konseptualisasi) suatu peristiwa, keadaan, atau benda adalah usaha mengonstruksikan realitas.[56] Karena sifat dan faktanya bahwa tayangan iklan adalah menceritakan peristiwa atau wacana yang bermakna, maka seluruh isi iklan adalah realitas yang terkonstruksikan (*constructed reality*). Dalam proses

---

[54]Setelah pemerintahan Orde Baru digulingkan pada 1998, gerakan-gerakan keagamaan Islam radikal muncul secara *endemic*. Era Reformasi telah memberi ruang keterbukaan dan kebebasan bagi gerakan-gerakan Islam tersebut dalam menyuarakan ide-ide dan kepentingannya. Endang Turmudi dan Riza Sihbudi, *Islam dan Radikalisme di Indonesia*, 2.

[55]Dalam bukunya, Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menguraikan faktor-faktor yang melingkupi dan berpengaruh terhadap produk informasi di mass media, yaitu pengaruh individu pekerja, pengaruh rutinitas media, pengaruh organisasional, pengaruh dari luar organisasi media, dan pengaruh ideologi. Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, 2nd Edition (New York: Longman Publisher, 1996); Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framming*, Cet. 2 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 138-139.

[56]Ibid., 88.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konstruksi realitas, bahasa (kata-kata tertulis, percakapan, gambar, musik, dan gerak-gerik) adalah unsur utama.[57] Penggunaan bahasa tertentu berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandungnya.

Pada saat iklan Islam Warna-warni, yang bentuk dan maknanya sudah disepakati oleh para penciptaannya, ditayangkan melalui media televisi (RCTI dan SCTV), tidak serta merta pemirsa (khalayak) bersepaham dengan bentuk dan makna sebagaimana dikehendaki oleh penciptanya. Ada dua kemungkinan yang terjadi, yaitu (1) iklan ditafsirkan sama oleh pencipta dan pemirsa atau (2) iklan ditafsirkan berbeda di antara kedua pihak.[58] Dalam kasus iklan Islam Warna-warni yang terjadi adalah perbedaan pemaknaan antara pencipta iklan (JIL) dan pemirsanya (Majelis Mujahidin Indonesia). Somasi yang dilakukan oleh MMI menandakan adanya perbedaan penafsiran tersebut hingga akhirnya terjadilah konflik. Dalam hal ini, setiap kelompok yang terlibat konflik, baik JIL maupun MMI memiliki argumentasi tersendiri yang mendasari pandangan masing-masing.

Dalam kaitannya dengan itu, penelitian tentang konflik antara JIL dan MMI dalam kasus iklan Islam Warna-warni ini akan difokuskan pada 2 (dua) hal: *pertama*, mengungkapkan apa yang ada di balik realitas yang teramati (*virtual reality*) dari iklan Islam Warna-warni. Analisis akan difokuskan pada proses konstruksi realitas oleh penciptanya. Asumsinya, proses konstruksi realitas iklan Islam Warna-warni tidak terjadi dalam situasi yang vakum. Banyak faktor, baik

---

[57]Penjelasan lengkap mengenai teori konstruksi realitas melalui bahasa sebagai instrumennya dapat dilihat buku Peter L. Berger and Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1967), 34-46.

[58]Burhan Bungin, *Imaji Media Massa: Konstruksi Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik* (Yogyakarta: Jendela, 2001), 199-201.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eksternal seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya maupun internal seperti idealis dan ideologis, yang berpengaruh terhadap struktur iklan, penampilan, dan maknanya. *Kedua*, penelitian ini berusaha menemukan simbol yang menjadi sumber konflik antara pencipta iklan dan pemirsanya. Analisis akan difokuskan pada bentuk-bentuk simbol dalam iklan Islam Warna-warni beserta argumentasi atas pemaknaannya.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis dianggap sesuai dengan lingkup penelitian ini karena menekankan pada pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Dalam paradigma konstruktivis, kegiatan komunikasi oleh media tidak dilihat sebagai faktor penting. Perhatian justeru lebih ditekankan pada sumber dan khalayak.[59]

Dengan mendasarkan pada paradigma tersebut, lingkup penelitian ini dibatasi pada proses konstruksi iklan Islam Warna-warni oleh penciptanya dan konflik antara pencipta dan pemirsa yang diakibatkan oleh pemaknaan simbol yang ada dalam iklan tersebut.[60] Dengan demikian, penelitian ini tidak membahas peran media televisi (RCTI dan SCTV) sebagai pendukung proses komunikasi iklan Islam Warna-warni. Meskipun media diakui memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan opini publik, telaah yang mendalam mengenai hal itu akan menjadikan lingkup penelitian ini terlalu luas. Dengan pembatasan tersebut,

---

[59]Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 72.

[60]Proses komunikasi iklan melibatkan tiga pihak: (1) sumber munculnya iklan, yaitu KIUK yang diwakili oleh JIL sebagai pemesan iklan sekaligus pemilik produk dan Yayasan SET sebagai biro iklan, (2) media yang menayangkan iklan, yaitu stasiun televisi RCTI dan SCTV, dan (3) pemirsa iklan (khalayak).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini ditegaskan dan diakui memiliki keterbatasan dalam menjelaskan persoalan peran media dalam konstruksi iklan Islam Warna-warni.

C. Rumusan Masalah

Dengan mendasarkan pada identifikasi dan batasan masalah tersebut, peneliti merumuskan masalah penelitian ini dalam pertanyaan berikut:

1. Sumber pengalaman dan sumber pengetahuan apa yang menjadi acuan dasar bagi Jaringan Islam Liberal dalam mengonstruksi realitas iklan Islam Warna-warni?
2. Bagaimana Jaringan Islam Liberal mengonstruksi realitas menjadi iklan Islam Warna-warni?
3. Simbol apa dalam Iklan Islam Warna-warni yang menjadi sumber konflik antara Jaringan Islam Liberal dan Majelis Mujahidin Indonesia?
4. Apa argumen Jaringan Islam Liberal dalam memberikan pemaknaan terhadap simbol yang dipermasalahkan?
5. Apa argumen Majelis Mujahidin Indonesia dalam memberikan pemaknaan terhadap simbol yang dipermasalahkan?
6. Apa makna konflik simbolik antara Jaringan Islam Liberal dan Majelis Mujahidin Indonesia serta implikasinya bagi kehidupan beragama di Indonesia?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan memahami konflik simbolik yang terjadi antara Jaringan Islam Liberal dan Majelis Mujahidin Indonesia melalui analisis iklan Islam Warna-warni sebagai sumber konflik. Secara rinci, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menemukan sumber pengalaman dan sumber pengetahuan yang menjadi motif dan alasan bagi Jaringan Islam Liberal dalam mengonstruksi realitas iklan Islam Warna-warni.
2. Menjelaskan proses konstruksi realitas iklan Islam Warna-warni dengan menitikberatkan pada bentuk atau karakteristik realitas yang terkonstruksikan.
3. Menemukan simbol-simbol dalam iklan Islam Warna-warni yang menjadi faktor pemicu konflik antara Jaringan Islam Liberal dan Majelis Mujahidin Indonesia.
4. Menemukan argumentasi Jaringan Islam Liberal dalam memberikan pemaknaan terhadap simbol yang dipermasalahkan.
5. Menemukan argumentasi Majelis Mujahidin Indonesia dalam memberikan pemaknaan terhadap simbol yang dipermasalahkan.
6. Memahami makna konflik simbolik antara Jaringan Islam Liberal dan Majelis Mujahidin Indonesia serta menjelaskan implikasi sosial dan teoritis atas konflik tersebut dalam konteks kehidupan beragama di Indonesia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Kegunaan Penelitian

1. Hasil penelitian ini mendukung atau memperkuat paradigma definisi sosial, sebagaimana diperkenalkan oleh George Ritzer,[61] yang mengakui manusia sebagai aktor yang kreatif dalam realitas sosialnya. Dalam perspektif definisi sosial, pengertian tentang peristiwa tertentu selalu merupakan produk interaksi di tempat tertentu, waktu tertentu, dan lingkungan sosial tertentu. Secara analog, peristiwa konflik simbolik antara JIL dan MMI merupakan produk interaksi mereka di era Indonesia pascareformasi 1998. Pengetahuan tentang fenomena konflik tersebut bukan sesuatu yang ditemukan secara obyektif, melainkan diturunkan dari hasil interaksi dari JIL dan MMI, sebagai kelompok sosial.
2. Hasil penelitian ini juga mendukung teori strukturalisme-genetik yang dikembangkan Lucian Goldmann,[62] yang menyatakan bahwa realitas sosial (fakta kemanusiaan) merupakan hasil aktivitas manusia yang mempunyai struktur tertentu dan arti tertentu. Realitas sosial mempunyai struktur tertentu karena ia merupakan hasil strukturasi timbal balik antara subyek dengan lingkungannya. Strukturasi adalah konsep aktivitas kategorial dari pikiran atau perasaan subyek tertentu. Aktivitas ini sama dengan konsep kesadaran kolektif atau pandangan dunia. Realitas sosial dikatakan mempunyai arti karena strukturasi timbal balik tersebut merupakan respons-respons subyek untuk mencapai keseimbangan yang lebih baik dalam hubungannya dengan

[61]George Ritzer, *Sociological Theory*, 4th Edition (Singapore: he McGraw-Hill Companies, 1996).
[62]Licien Goldmann, *Method in Sociology of Literature*, Trans. William Q. Boelhower (Oxford: Basil Blackwell, 1981).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dunia sekitarnya. Oleh karena itu, pemahaman mengenai realitas sosial tersebut harus mempertimbangkan struktur dan artinya.

3. Penelitian ini berusaha mengidentifikasi gerakan dan pemikiran Islam yang berkembang setelah pergantian pemerintahan Orde Baru, khususnya gerakan Islam liberal dan Islam fundamental. Dengan demikian, hasil penelitian ini menambah khazanah pengetahuan tentang tipologi gerakan dan pemikiran Islam di Indonesia sehingga bermanfaat bagi kajian Islam lain yang bertujuan memetakan dan mengklasifikasikan gerakan dan pemikiran Islam di Indonesia kontemporer secara akurat dan lebih baik.
4. Penelitian ini berusaha menemukan dan menjelaskan faktor penyebab konflik simbolik antarkelompok dalam Islam. Dengan demikian, hasil penelitian ini selain bermanfaat untuk mencegah konflik simbolik baru, juga bisa dimanfaatkan untuk pertimbangan dalam mengelola bentuk konflik lain yang melibatkan kelompok agama. Dengan kata lain, hasil penelitian ini memberi kontribusi dalam pengembangan paradigma kerukunan umat beragama di Indonesia.
5. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini memberikan kontribusi berupa gagasan-gagasan kontrol sosial terhadap perkembangan iklan terutama yang menyangkut penyebaran isu-isu keagamaan di Indonesia, sehingga ruang publik dapat berfungsi secara optimal.
6. Secara praktis hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh dunia usaha periklanan dan pertelevisian sebagai rujukan penting dalam rancangan iklan di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu yang akan datang, terutama iklan layanan masyarakat yang terkait dengan isu-isu agama.

F. Penjelasan Konsep

Ada beberapa istilah yang secara intensif digunakan dalam laporan penelitian ini. Masing-masing istilah tersebut mempunyai pengertian sebagaimana penjelasan berikut:

1. Konflik Simbolik

Konflik simbolik yang dimaksudkan dalam penelitian ini pada dasarnya merupakan konflik keagamaan yang muncul dari sumber-sumber kultural dan ideologis agama itu sendiri. Dalam konflik simbolik, rasionalitas yang mendasari konflik lebih bersifat ekspresif atau simbolik. Bisa dikatakan, konflik simbolik merupakan perseteruan menyangkut nilai, klaim dan identitas yang melibatkan isu-isu keagamaan atau isu-isu yang dibingkai dalam slogan atau ungkapan keagamaan. Wujud konflik simbolik dalam penelitian ini dipahami sebagai aksi atau tindakan yang dilakukan tanpa kekerasan dalam rangka menanggapi isu-isu keagamaan yang menjadi sumber pertikaian di masyarakat. Termasuk di dalam aksi ini adalah aksi protes (aksi menolak suatu pandangan atau kebijakan menyangkut isu yang diperselisihkan), aksi dukungan (aksi mendukung suatu pandangan atau kebijakan menyangkut isu yang diperselisihkan), maupun aksi mediasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(tindakan yang dilakukan dalam rangka mendukung upaya penyelesaian konflik yang tengah terjadi).

2. Jaringan Islam Liberal

Jaringan Islam Liberal (JIL) merupakan institusi yang berdiri sejak 21 Februari 2001 dan dikenal memiliki konsentrasi dalam mengkaji dan mengetengahkan perbincangan mengenai visi keislaman yang toleran, terbuka, dan mendukung penguatan proses demokratisasi di Indonesia. Institusi ini memiliki kegiatan unjuk wicara mingguan yang disiarkan melalui Radio 68H Jakarta, sindikasi artikel-artikel yang disebarkan media-media daerah, penerbitan buku, serta layanan informasi publik melalui situs http://www.islamlib.com. Bersama dengan beberapa institusi lain seperti Kantor Berita Radio 68H, Jurnal Kalam, Institut Studi Arus Informasi, Teater Utan Kayu, Galeri Lontar, dan Toko Buku Kalam yang seluruhnya berdomisili di Jalan Utan Kayu Jakarta membentuk komunitas Islam yang disebut Komunitas Islam Utan Kayu. Dalam konteks tertentu, untuk menunjukkan tekanan tersendiri dalam penelitian ini, istilah Komunitas Islam Utan Kayu dapat dipertukarkan dengan istilah Jaringan Islam Liberal (JIL). Alasannya, dalam konflik simbolik ini tokoh yang banyak berperan cenderung mengatasnamakan JIL. Sementara dalam konflik ini pihak MMI juga banyak mengarahkan pandangan-pandangannya kepada institusi tersebut.

3. Majelis Mujahidin Indonesia

Majelis Mujahidin Indonesia adalah lembaga yang dilahirkan melalui Kongres Mujahidin I yang diselenggarakan di Yogyakarta tanggal 5-7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jumadil Ula 1421 H bertepatan dengan tanggal 5-7 Agustus 2000 M. Hasil kongres tersebut mengamanatkan kepada sejumlah tokoh Islam Indonesia yang tercatat sebagai *Ahl al-Ḥāll wa al-'Aqd* (AHWA) untuk meneruskan misi penegakan syariat Islam melalui wadah yang disebut Majelis Mujahidin Indonesia.

4. Studi Kasus

Studi kasus yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada definisi yang diberikan oleh Robert K. Yin,[63] yaitu suatu penelitian empirik yang berusaha menyelidiki suatu gejala kekinian dalam latar kehidupan nyata, ketika batas antara gejala yang diselidiki dengan latar tidak secara jelas terbukti (unik),[64] dan penyelidikan dilakukan dengan menggunakan berbagai macam sumber untuk membuktikan adanya gejala tersebut. Gejala yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konflik antara JIL melawan MMI dalam kasus tayangan iklan Islam Warna-warni di RCTI dan SCTV.

5. Iklan Islam Warna-warni

Iklan Islam Warna-warni adalah iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh Komunitas Islam Utan Kayu dan/atau Jaringan Islam Liberal bekerjasama dengan Yayasan Sains, Estetika, dan Teknologi (Yayasan SET) dengan mengambil *setting* pesta khitanan massal dan pernah ditayangkan di stasiun televisi swasta RCTI dan SCTV melalui izin lulus sensor dari Lembaga Sensor Film (LSF) Indonesia nomor 8990/VC/7.2003/2002.

---

[63]Robert K. Yin, *Case Studi Research* (Beverly Hills: Sage Publication, 1982), 23.
[64]Ibid., 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

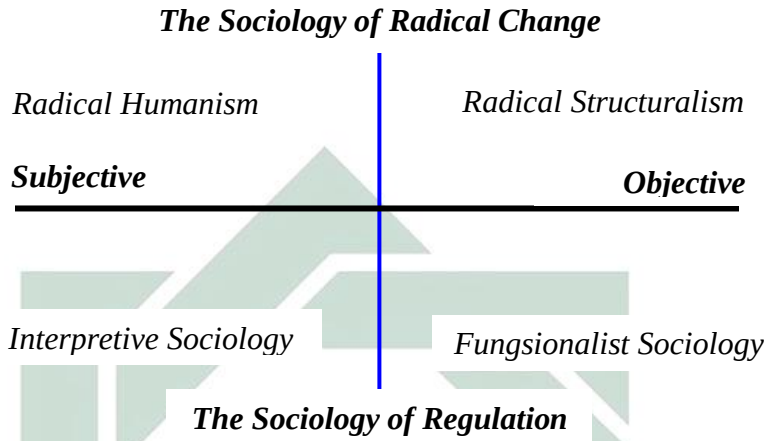
G. Kerangka Teoritik

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, melalui teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger.[65] Menurut Burrel dan Morgan (1979), teori dan pendekatan ilmu sosial dikelompokkan dalam empat paradigma, yaitu *radical humanist paradigm, radical structuralist paradigm, interpretive paradigm,* dan *fungsionalist paradigm.* Dalam hal ini, fenomenologi oleh mereka dikelompokkan dalam paradigma interpretif. Pemetaan oleh Burrel dan Morgan terhadap paradigma atau teori-teori sosial lainnya dikembangkan lebih lanjut oleh Rosengren (1983). Menurutnya, bidang sosiologi (khususnya sosiologi organisasi) dibagi ke dalam dua dimensi yang dapat dipasangkan: *pertama*, dimensi vertikal yang memisahkan antara (1) sosiologi perubahan radikal (*the sociology of radical change*) yang lebih menekankan adanya asumsi konflik, dan (2) sosiologi peraturan (*the sociology of regulation*) yang berkaitan dengan model konsensus dari masyarakat. *Kedua*, dimensi horizontal yang memisahkan pandangan (1) subyektif dan (2) obyektif terhadap dunia dan cara pendekatannya. Pemisahan tersebut mencakup berbagai pertentangan dasar dalam ilmu pengetahuan, seperti antara nominalisme *versus* realisme, positivisme *versus* antipositivisme, voluntarisme *versus* determinisme, dan antara metodologi ideographik *versus* metodologi nomothetik. Adapun paradigma interpretif, sebagaimana dapat dilihat pada gambar 1.1, berada pada kuadran kiri, bawah. Hal

[65]Fenomenologi berasal dari kata fenomenon, padanan dari bahasa Inggris *phenomenon*, berasal dari kata Yunani *phainein* yang berarti "yang tampil terlihat jelas di hadapan kita." Fenomenologi adalah teori tentang fenomenon (fenomena). Laksmi G. Siregar, *Menyingkap Subyektifitas Fenomena* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2005), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini menggambarkan bahwa pendekatan teori-teori dalam paradigma interpretif di sini bersifat subyektif dalam memandang realitas sosial dan beranggapan bahwa realitas merupakan konsensus dari para pelaku sosial.



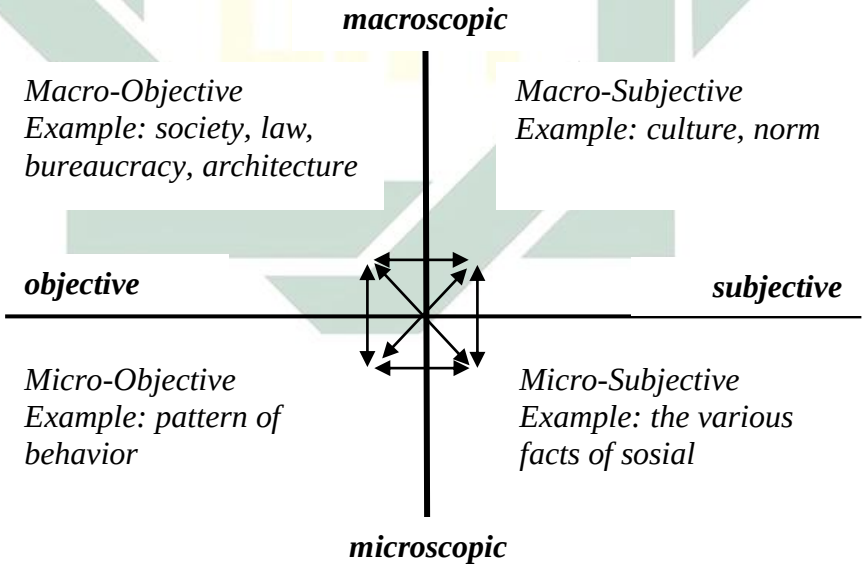
Gambar 1.1. Paradigma Model Burel dan Morgan
(diadopsi dari Rosengren, 1983)

Stephen W. Littlejohn (1999)[66] memakai istilah *constructivism* untuk merujuk pada maksud yang sama dengan paradigma interpretif. *Interpretivism* dan *constructivism* sesungguhnya sama-sama digunakan untuk teori yang menyatakan bahwa setiap individu menafsiri dan berperilaku menurut kategori-kategori konseptual dari pikirannya. Realitas tidak muncul begitu saja dalam bentuknya yang mentah, tetapi ia harus disaring melalui cara orang itu memandang setiap hal yang ada. Para *interpretivist* ataupun *constructivist* percaya bahwa untuk mengetahui "dunia arti", mereka harus menginterpretasikannya.[67] Mereka juga harus menyelidiki proses pembentukan arti yang muncul dalam bahasa atau aksi-aksi sosial para aktor.

[66]Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Comunication,* 5th Edition (California: Wadswort Publishing Company, 1999), 15.
[67]Thomas A. Schwandt, "Constructivism, Interpretivist Approach to Human Inquiry", dalam *Handbook of Qualitative Research,* ed. Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln (New Delhi-London: Sage Publication, 1994), 118.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

George Ritzer menggambarkan teori konstruksi realitas sosial pada tingkatan-tingkatan utama dari analisis sosial yang dipetakan dalam bentuk persilangan sumbu *Objective-Subjective* dan sumbu *Microcospic-Macrocospic*. Selanjutnya ia menghubungkan keempat level analisis sosial tersebut ke dalam tiga paradigma sosiologi yang dikemukakannya, yaitu (1) *the social facts paradigm* yang meliputi teori-teori seperti *structural-fungsional theory, conflict theory,* dan *system theory*; (2) *the social definition paradigm* yang meliputi teori-teori seperti *action theory, symbolic interactionism, phenomenology, ethnomethodology,* dan *exintentialism*; (3) *the social behavior paradigm* yang meliputi teori-teori seperti *behavioral sociology* dan *exchange theory*.[68] Hubungan itu dapat digambarkan melalui gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2. *Major Levels of Social Analysis*
(diadopsi dari George Ritzer, 1996)

[68]George Ritzer, *Sociological Teory*, 4th Edition (Singapore: he McGraw-Hill Companies, 1996), 640-642.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Ritzer, teori konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann tergolong dalam paradigma definisi sosial (*the social definition paradigm*), yakni termasuk pada *sociological phenomena* bersama teori-teori proses mental, norma-norma, nilai-nilai, dan berbagai elemen budaya.[69] Menurut Schwandt, pemikiran konstruktivis memiliki model yang beragam. Salah satunya adalah konstruksionisme yang dikembangkan oleh Peter L. Berger, yang oleh Kenneth Gergen disebut Teori Konstruksionisme Sosial (*social constructionism theory*).[70]

1. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Peter L. Berger bersama Thomas Luckmann menulis risalah teoritisnya tentang konstruksionisme dengan judul *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge,*[71] suatu karya bersama yang sesungguhnya telah diterangkan lebih awal oleh Berger dalam bukunya *Invitation to Sociology*.[72]

Teori Berger ini diilhami oleh pemikiran Alfred Schutz yang menyatakan:

> *The world of my daily life is by no means my private world but is from the outset an intersubjective one, shared with my fellow men, experienced and interpreted by others, it is a world common to all of us. The unique biographical situation in which I find my self within the world at any moment of my existence is only to a very small extent of my own making.*[73]

---

[69]Ibid., 620.
[70]Ibid., 125-128.
[71]Peter L. Berger and Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1967).
[72]Margaret M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 300-301.
[73]Alfred Schutz, *On Phenomenology and Social Relations* (Chicago: Chicago Press, 1970), 163.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam perspektif ini, Berger dan Luckmann menyatakan bahwa pemahaman terhadap sesuatu muncul akibat komunikasi dengan orang lain. Realitas sosial sesungguhnya tidak lebih dari hasil konstruksi sosial dalam komunikasi tertentu. Pemikiran dasar konstruksionisme sosial Berger dilukiskan dengan latihan para siswa di kelas. Setiap siswa disuruh membuat satu obyek (benda) tertentu yang berasal dari kayu, logam, plastik, kain, dan bahan lainnya. Setiap obyek diletakkan di atas meja. Seorang siswa mungkin mengelompokkan benda-benda yang terbuat dari kayu dalam satu kelompok, benda-benda dari logam dalam kelompok lain, begitu juga benda-benda plastik, kain, dan seterusnya dalam kelompok yang berbeda. Siswa lain yang juga diminta untuk menyortir benda-benda tersebut mungkin akan menggolongkan benda-benda berdasarkan bentuknya: benda-benda yang berbentuk lingkaran dalam satu kelompok, yang berbentuk segitiga dalam kelompok lain, demikian seterusnya. Siswa ketiga yang diminta untuk menyortir benda-benda tersebut mungkin akan menggolongkan berdasarkan kegunaannya, orang lain menyortir atas dasar warna, dan seterusnya. Dengan demikian, akan terdapat tak terhingga banyaknya cara seseorang dalam memahami setiap obyek.[74]

Pada ilustrasi tersebut dapat dilihat bahwa "bahasa" memberi sebutan-sebutan yang dipakai untuk membedakan obyek-obyek. Bagaimana benda-benda dikelompokkan bergantung pada penggunaan realitas sosial tertentu. Demikian juga bagaimana seseorang memahami obyek-obyek dan bagaimana

[74]Peter L. Berger and Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality*, 34-46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seseorang itu berperilaku terhadapnya sangat bergantung pada realitas sosial yang memegang peranan.[75]

Sejalan dengan itu, dalam pandangan para teoretisi kajian budaya dan humaniora dinyatakan bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi kebahasaan yang diwujudkan melalui simbol-simbol sosial. Pandangan ini membawa mereka dikenal sebagai konstruksionis. Konstruksionis secara tipikal menolak anggapan umum bahwa di dunia ini ada realitas obyektif; dunia yang tidak terkait dengan bahasa dan kesadaran. Konstruksionis beranggapan bahwa dunia sebetulnya hasil konstruksi bahasa yang disepakati komunitas bahasa tertentu.

Terkait dengan citra bahwa realitas sosial merupakan konstruksi bahasa ditegaskan oleh Hilary Lawson (2001), bahwa era posmodern merupakan era tempat manusia hidup dalam bahasa. Peter L. Berger juga menegaskan hal tersebut dalam karyanya *The Sacret Canopy* (1964), bahwa dunia sosial merupakan sebuah nomos. Bahasa menominasi dengan menerapkan diferensiasi dan struktur pada arus pengalaman yang berlangsung. Selagi suatu pengalaman diberi nama, maka pengalaman itu tercerabut dari arusnya dan memiliki nama sesuai dengan yang diberikan kepadanya. Melalui dasar-dasar bahasa, muncul kemudian bangunan kognitif dan normatif yang disebut "pengetahuan" dalam suatu masyarakat.[76]

---

[75]Ibid.; Thomas A. Schwandt, "Constructivist, Interpretivist, Approach to Human Inquiry", 176.
[76]Peter L. Berger, *Langit Suci: Agama sebagai Realitas Sosial*, ter. Hartono (Jakarta: LP3ES, 1991), 25-26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pandangan bahwa dunia merupakan hasil konstruksi juga banyak dipakai oleh kelompok posmodern yang diwakili oleh pemikir-pemikir seperti Jean-Francois Lyotard, Fontana, dan Charles Lemert. Pandangan tersebut membawa dampak terhadap penafsiran tentang realitas. Realitas bukan *what it used to be* (apa adanya) sebagaimana dinyatakan Walter Truett Anderson, tetapi realitas adalah multitafsir dan tidak tunggal. Masyarakat tidak lagi diumpamakan sebagai organisme sebagaimana dilakukan oleh pendekatan struktural-fungsional, melainkan sebagai sesuatu yang tersusun atas simbol-simbol yang keberagaman maknanya harus direngkuh apabila ingin memahaminya. Hal itu sejalan dengan keyakinan George Herbert Mead (1934),[77] bahwa pikiran, diri, dan masyarakat merupakan hasil dari interaksi sosial yang selalu dimediasi oleh simbol-simbol tertentu. Salah satu cara untuk memahami realitas sebagai hasil konstruksi bahasa adalah dengan cara memahami simbol-simbol yang digunakan di dalamnya.

Clifford Geertz (1973)[78] juga Paul Rabinow dan William M. Sullivan (1979)[79] menyatakan bahwa simbol merupakan sarana bagi manusia untuk berkomunikasi, melestarikan, serta mengembangkan pengetahuan tentang dan sikap mereka terhadap kehidupan. Oleh karena itu, kebudayaan manusia perlu dipahami sebagai jejaring makna atau pola-pola makna yang terwujud sebagai simbol-simbol sehingga analisis terhadapnya mesti bersifat interpretif.

---

[77]George Herbeth Mead, *Mind, Self, and Society*, ed. Charles W. Morris (Chicago: University of Chicago Press, 1934).
[78]Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures* (New York: asic Books, 1973), 89.
[79]Paul Rabinow and William M. Sullivan, *Interpretive Social Science: A Reader* (Berkelay & Los Angeles: University of California Press, 1979), 1-21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam pandangan Berger, realitas sosial secara obyektif memang ada, tetapi maknanya berasal dari dan dibentuk oleh hubungan subyektif dengan dunia obyektif. Di sini, Berger menegaskan bahwa realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi-dimensi subyektif dan obyektif. Manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas sosial yang obyektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia dipengaruhi melalui proses internalisasi. Dalam model yang dialektis, Berger melihat masyarakat sebagai produk individu dan individu sebagai produk masyarakat.[80]

Konstruksi realitas sosial (*social construction of reality*) adalah suatu istilah yang digunakan oleh Berger dan Luckmann untuk menggambarkan proses yang melalui tindakan dan interaksinya, manusia menciptakan secara terus-menerus suatu kenyataan yang dimiliki bersama dan yang dialami secara faktual obyektif serta penuh arti secara subyektif. Para ahli sosiologi yang menganut tradisi filsafat fenomenologi seperti halnya Berger dan Luckmann, menekankan bahwa semua pengetahuan manusia mengenai fakta obyektif dalam dunia realitas ditentukan atau diwarnai oleh lingkungan sosial, tempat pengetahuan itu diperoleh, ditransmisikan, dan dipelajari.

2. Eksternalisasi, Obyektivikasi, dan Internalisasi

Berger dan Luckmann menggunakan istilah eksternalisasi, obyektivikasi, dan internalisasi untuk menggambarkan hubungan timbal balik (dialektik) antara masyarakat dan individu. Eksternalisasi menunjuk pada kegiatan kreatif manusia; Obyektivikasi menunjuk pada proses di mana hasil-

[80]Margaret M. Poloma, *Sosiologi*, 298-300.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil aktivitas kreatif mengonfrontasi individu sebagai kenyataan obyektif; Internalisasi menunjuk pada proses di mana kenyataan eksternal itu menjadi bagian dari kesadaran subyektif individu.

Teori pembentukan realitas secara sosial yang menjelaskan proses eksternalisasi dan internalisasi yang abstrak tersebut oleh Berger diilustrasikan dalam lembaga perkawinan. Berger dan Kellner (1970) mencoba untuk menerapkan model konstruksi realitas pada kelompok kecil, yaitu antara dua orang mempelai dalam sebuah perkawinan.

Dalam perkawinan, masing-masing mempelai menginternalisir dirinya dan berusaha membuat suatu dunia di mana mereka bisa merasa betah. Setiap orang harus mampu menghubungkan realitasnya dengan realitas orang lain. Dengan demikian, realitas obyektif perkawinan adalah produk disposisi subyektif dari sepasang mempelai tersebut. Selanjutnya realitas obyektif yang baru ini kembali melanda pasangan tersebut dan mempengaruhi realitas subyektif mereka masing-masing.[81]

Proses eksternalisasi merupakan konkretisasi dari keyakinan yang dihayati secara internal. Kedua mempelai menyadari bahwa dalam perkawinan, kebiasaan subyektif dari masing-masing individu harus beradaptasi satu sama lain untuk menyatu. Obyektivasi juga merupakan konkretisasi dari keyakinan internal yang berlaku secara obyektif. Kesepakatan tentang selera makan, penataan meja-kursi, dan jumlah anak yang diinginkan merupakan bagian dari realitas obyektif perkawinan.

[81]Margaret M. Poloma, *Sosiologi*, 311.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selanjutnya melalui proses internalisasi, realitas obyektif perkawinan itu melanda pasangan tersebut dan merupakan bagian kesadaran subyektif individu.

3. Realitas Simbolik dan Realitas Obyektif

Dengan mengambil analogi pada proses konstruksi realitas sosial yang diterapkan Berger dalam perkawinan, maka dalam konstruksi realitas iklan Islam Warna-warni, proses dialektika tersebut juga berlangsung. Setiap orang yang terlibat dalam pembuatan iklan Islam Warna-warni, masing-masing memiliki dunia subyektifnya sendiri. Ketika individu-individu dari JIL bergabung dalam tim yang menangani proyek pembuatan iklan, setiap orang harus mampu menghubungkan realitasnya (realitas subyektif) dengan realitas orang lain (realitas subyektif) dalam proyek itu. Dengan demikian, realitas obyektif dari sebuah proyek itu adalah produk subyektif dari semua orang yang terlibat di dalamnya. Selanjutnya, realitas obyektif itu kembali melanda setiap orang dan mempengaruhi realitas subyektif masing-masing. Dengan ungkapan lain, nilai-nilai obyektif iklan tersebut diserap dan melalui proses internalisasi menjadi nilai-nilai dan realitas obyektif tim atau organisasi itu.

Dalam proses pembuatan iklan Islam Warna-warni, penggambaran ritual khitanan (yang menjadi *setting* iklan) sangat dipengaruhi oleh realitas obyektif organisasi pembuatnya. Sesungguhnya fenomena khitanan, sebagai kenyataan sosial yang hidup di masyarakat Islam, sangatlah kompleks, tetapi oleh pembuat iklan digambarkan dengan sangat sederhana. Ritual yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disuguhkan dalam iklan hanya merupakan satu tahapan dari sekian banyak tahapan yang terdapat di dalam kenyataan.

Penggambaran kembali ritual khitanan dalam sebuah iklan mengandaikan adanya proses konstruksi realitas. Sebagai sebuah produk (*as product*), iklan Islam Warna-warni adalah suatu realitas simbolik (*symbolic reality*) yang dibentuk oleh penciptanya. Dikatakan sebagai realitas simbolik karena iklan tersebut merupakan entitas konvensional yang tersusun dari wahana tanda (*sign vehicle*) yang terkait dengan makna-makna.[82] Realitas simbolik yang diartikulasikan melalui iklan mengenai khitanan itu terbentuk oleh kumpulan ide para pembuatnya yang secara teoritis sangat dipengaruhi oleh kepatuhan mereka terhadap ketentuan, kesepakatan, dan misi bersama.

Pada tahap penayangan di media televisi, iklan Islam Warna-warni sebagai realitas simbolik akan berpengaruh terhadap pencitraan dan kesadaran khalayak tentang fakta yang sebenarnya.[83] Pada tahap penayangan tersebut terjadilah proses eksternalisasi tingkat kedua dengan melibatkan khalayak pemirsa sebagai subyeknya. Selanjutnya akan terbentuk suatu realitas baru yang kita sebut sebagai proses obyektivasi tingkat kedua. Realitas yang dibentuk terakhir ini juga akan melewati proses internalisasi tingkat kedua, dan hal itu akan melanda serta mempengaruhi kembali realitas simbolik-subyektif para penciptanya.

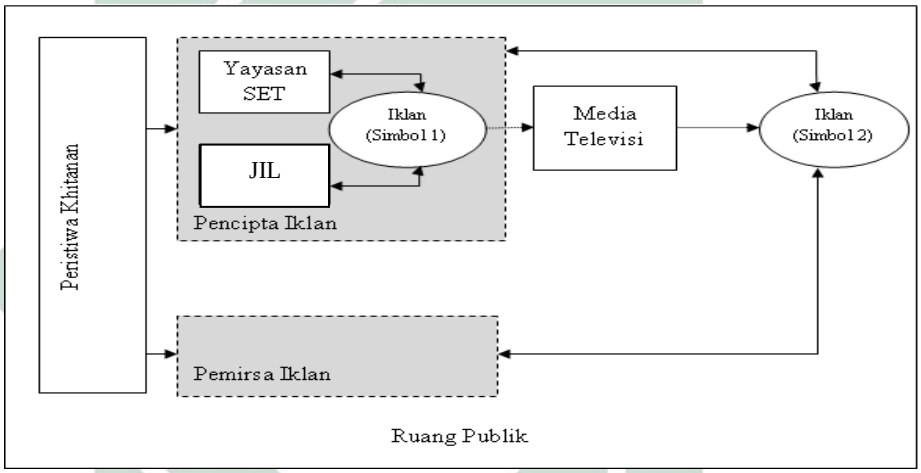
---

[82]Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cet. I (Jakarta: Kencana, 2006), 226-227.

[83]Televisi tentu saja bukan satu-satunya cara untuk mencitrakan fakta, namun mengingat pengaruh media televisi yang luar biasa, maka ia biasanya mampu mempresentasikan dunia nyata dalam realitas semu, sebagaimana yang dikemukakan dalam teori masyarakat massa (*mass society theory*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara skematik, proses pembentukan realitas simbolik itu dapat dilihat pada gambar 1.3, di mana orang-orang dari JIL memiliki nilai-nilai subyektif yang akan dikonkretisasikan (eksternalisasi tingkat pertama) ke dalam nilai obyektif iklan, sehingga memunculkan realitas simbolik (tingkat pertama) yang berlaku khusus bagi para penciptanya. Selanjutnya, iklan ditayangkan melalui media televisi (eksternalisasi tingkat kedua) sehingga akan memunculkan realitas simbolik yang berlaku umum di hadapan khalayak.



Gambar 1.3. Proses Pembentukan Realitas Simbolik

Dengan mendasarkan pada kerangka teoritis tersebut, secara ringkas dapat dikatakan bahwa kasus penayangan iklan Islam Warna-warni dan proses pemaknaannya merupakan peristiwa yang mengarah pada interaksi dua sistem budaya, yakni sistem budaya penerima pesan dan pembuat pesan. Bahwa sebenarnya penciptaan makna tidak hanya terjadi di sisi pembuat pesan saja, tetapi juga di sisi penerima pesan. Hubungan antara kedua pihak ini tidaklah saling mempengaruhi. Oleh karena itu, pemaknaan di level penafsiran pesan (*decoding*) tidak selalu berkorespondensi dengan pemaknaan di level

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengiriman pesan (*encoding*). Hal ini dikarenakan pada dasarnya struktur pesan yang diciptakan oleh pembuat pesan bersifat terbuka. Sistem pemaknaan yang terbuka ini akan diisi oleh tindakan atau praktik penerimaan pesan yang dilakukan khalayak sesuai dengan konteks sosio-kultural khalayak. Artinya, proses *encoding* dan *decoding* tidak harus menjadi relasi yang simetris. Perbedaan kelas, keyakinan, wilayah, latar belakang budaya, dan bahkan ideologi politik mempengaruhi proses penafsiran yang dilakukan khalayak.

Dengan demikian, konstruksi sosial itu sendiri pada gilirannya berkarakter plural, relatif, dan dinamis. Dalam arti, bahwa kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat memiliki kehendak dalam membangun realitas sosial, dan setiap kehendak tersebut harus berhadapan satu sama lain dan berusaha saling mendominasi. Masyarakat dalam dunia kehidupan mereka selalu terlibat dalam usaha dominasi, oleh sebab itu konflik di antara kelompok-kelompok sosial sering muncul.

Setidaknya ada tujuh asumsi yang dapat menjelaskan bagaimana konflik terjadi dalam perspektif konstruksi sosial.[84] *Pertama*, konflik dipahami sebagai hal yang alamiah, suatu pengalaman-pengalaman umum yang hadir di setiap hubungan dan budaya. *Kedua*, konflik dipahami sebagai kejadian konstruktif kebudayaan secara sosial. Konflik tidak hanya terjadi pada seseorang, tetapi orang merupakan peserta aktif dalam menciptakan situasi

[84]Paul John Lederach, *Preparing for Peace: Conflict Transformation Across Culture* (New York: Syracus University Press, 1996), 9-10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan interaksi yang mereka ambil pengalaman sebagai konflik. *Ketiga*, konflik muncul melalui proses interaktif yang melandaskan pada pencarian dan penciptaan makna bersama. *Keempat*, proses interaktif disempurnakan melalui persepsi manusia, interpretasi, ekspresi, dan niatan-niatan yang semuanya tumbuh dari dan berputar kembali ke kesadaran umum mereka (*common sense*). *Kelima*, pemaknaan muncul sebagaimana manusia meletakkan diri mereka sendiri dan sesuatu yang sosial seperti situasi, kejadian, dan tindakan terkumpul dalam pengetahuan mereka. *Keenam*, kebudayaan berakar di dalam pengetahuan bersama dan skema-skema yang digunakan oleh sekelompok orang untuk merasakan, menafsirkan, mengekspresikan, dan merespons kenyataan sosial. *Ketujuh*, pemahaman hubungan antara konflik dan budaya tidak hanya satu pertanyaan sensitif dari kesadaran, tetapi lebih dari itu merupakan petualangan penemuan pengetahuan umum dari sekelompok manusia.

Sebagai akhir kata dapat disimpulkan bahwa pandangan konstruksionis mengusulkan bahwa manusia bertindak pada basis suatu pemaknaan yang ada pada mereka. Pemaknaan diciptakan melalui pengetahuan bersama dan terakumulasi. Konflik yang melibatkan kelompok, apapun bentuk dan dimensinya, didorong oleh proses pemaknaan aktor-aktor yang terlibat dalam konflik. Sehingga dalam menganalisis konflik, dinamika bahasa dalam struktur hubungan sosial menjadi sangat penting.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa karya dan penelitian yang memiliki tema yang sama atau mirip dengan penelitian ini. Untuk itu, peneliti bermaksud menjabarkan beberapa karya dan penelitian tersebut dalam dua bagian, yaitu tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu. Dari penjabaran tersebut diharapkan diketahui posisi penelitian ini.

1. Tinjauan Pustaka

a. Simbolisme dalam Iklan

Sejauh yang peneliti ketahui, selama ini sudah banyak pembicaraan mengenai simbol, baik yang berkaitan dengan simbol pada tataran visual keseharian, tataran filosofis, maupun tataran teologis. Perbedaan tataran tersebut tidak menafikan esensi dari konsep simbol itu sendiri, yakni adanya suatu entitas yang merepresentasikan suatu entitas lain yang lebih besar. Mungkin hanya pemaknaannya saja yang berbeda karena ia bukan sekadar menyangkut basis material, melainkan juga menyangkut relasi sosial dan kultural.

Menurut Dick Hartoko dalam *Kamus Istilah Sastra* (1998),[85] simbol secara etimologis berasal dari kata Yunani *sym-ballein* yang berarti "melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide". Sementara Herusatoto dalam bukunya *Simbolisme Jawa* (1984)[86] menyebutkan kata simbol berasal dari bahasa Yunani *symbolos* yang

[85]Dick Hartoko dan B. Rahmanto. *Kamus Istilah Sastra* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), 113.
[86]Budiono Herusatoto, *Simbolisme Jawa* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 1984), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berarti "tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang". Meskipun Hartoko dan Herusatoto berbeda dalam menelusuri akar kata simbol, keduanya tampak sama dalam memandang simbol sebagai entitas yang memiliki tiga unsur, yaitu simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih, dan hubungan antara simbol dengan rujukan. Ketiga hal ini, menurut Dillistone, merupakan dasar bagi semua makna simbolik.

F.W. Dillistone dalam bukunya *The Power of Symbols* (1986)[87] menggarisbawahi konsep simbol dengan terminologi "pola hubungan rangkap tiga", yakni adanya suatu entitas kecil, adanya suatu keterwakilan, dan adanya suatu entitas besar. Entitas kecil itu dapat berupa kata, benda, peristiwa, pola, drama, atau pribadi. Keterwakilan dapat berupa representasi, ilustrasi, isyarat, ingatan, rujukan, acuan, atau corak (yang menunjukkan arbitrer). Sedangkan entitas besar dapat berupa makna, realitas, cita-cita, nilai-nilai, keadaan, lembaga, atau konsep. Benang merah dari pola hubungan tersebut menunjukkan bahwa simbol mempunyai sifat mengacu pada sesuatu yang tertinggi (ideal) atau menunjuk pada cakrawala yang lebih luas, tanpa meninggalkan hubungan yang sudah biasa dan menjadi tradisi. Ia senantiasa menjaga hubungan dengan sesuatu yang sudah dikenal melalui pengalaman tetap, sekaligus memungkinkan terentang menuju pada sesuatu hal tidak terduga yang tidak seutuhnya cocok dengan pola konvensional. Simbol juga melukiskan secara imajinatif fenomena baru dengan analogi. Ia tidak melekatkan

[87]F.W. Dillistone, *The Power of Symbols* (London: SCM Press Ltd., 1986).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nama yang sama sekali baru pada perubahan pengalaman sosial, tetapi berusaha memperluas nama yang asli secara negatif atau positif sedemikian rupa sehingga mencakup perubahan pengalaman sosial. Oleh karena itu, simbol bukan merupakan sesuatu yang benar-benar baru atau lain dari yang disimbolkan, melainkan masih memiliki pola hubungan keterwakilan atau paralelistis. Simbol juga tidak sepenuhnya bersifat universal, tetapi juga mengandung dimensi partikular.

Paul Tillich dalam bukunya *Ultimate Concern* (1963)[88] memaparkan ciri-ciri simbol sebagai berikut: (1) simbol bersifat figuratif, selalu menunjuk kepada sesuatu di luar dirinya sendiri; (2) simbol bersifat dapat dicerap, baik sebagai bentuk obyektif maupun sebagai konsepsi imajinatif; (3) simbol memiliki daya kekuatan yang melekat; dan (4) simbol mempunyai akar dalam masyarakat dan mendapat dukungan dari masyarakat.

Konsepsi Dillistone tentang simbol dan ciri-ciri yang diberikan oleh Paul Tillich di atas mirip dengan konsep tanda dalam semiotika. Secara ontologis, semiotika memang mempelajari tanda (di antara bentuk tanda adalah simbol) sebagai ruang lingkup kajiannya. Menurut Benny H. Hoed dalam bukunya *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya* (2008)[89], setidaknya ada dua arus utama dalam kajian semiotika, yakni yang strukturalis (bersumber dari Ferdinand de Saussure) dan yang pragmatis

[88]Paul Tillich, *Ultimate Concern* (London: SCM Press Ltd., 1965).
[89]Benny H. Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya* (Depok: FIB UI Depok, 2008).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(bersumber dari Charles Sanders Peirce). Ferdinand de Saussure merumuskan tanda sebagai kesatuan dari dua bidang yang tidak bisa dipisahkan. Tanda memiliki dua entitas, yaitu penanda (*signifier*/ wahana tanda/ yang mengutarakan/ simbol) dan petanda (*signified*/ konsep/ makna/ yang diutarakan/ *thought of reference*). Berkaitan dengan sistem pertandaan ini (tanda-penanda-petanda), Sausurre menekankan perlunya konvensi sosial untuk pemaknaan suatu tanda. Apa yang sebenarnya ingin dirumuskan oleh Saussure adalah bahwa satu kata dapat mempunyai makna tertentu disebabkan oleh adanya kesepakatan sosial di antara komunitas pengguna bahasa tentang makna kata tersebut. Sementara itu, Charles Sanders Pierce menandaskan bahwa manusia dapat berpikir dan berkomunikasi lewat sarana tanda. Tanda dalam kehidupan manusia bisa berarti gerakan ataupun isyarat. Anggukan ataupun gelengan kepala dapat berarti sebagai setuju dan tidak setuju, tanda peluit, genderang, suara manusia bahkan bunyi telepon merupakan suatu tanda dan masih banyak lagi ragamnya. Baik Saussure maupun Pierce masing-masing memiliki arus dan pengikut setia tersendiri hingga keduanya juga memperoleh tempat dan waktu bagi pengembangan konsepnya tentang tanda. Semiotika pada perkembangan lebih lanjut menjadi semacam perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia. Hal ini secara panjang lebar telah dielaborasi oleh Alex Sobur dalam bukunya *Semiotika Komunikasi* (2003).[90]

[90]Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Roland Barthes melalui karyanya *Mythologies* (1972)[91] menggunakan teori tanda Ferdinand de Saussure (penanda dan petanda) sebagai upaya menjelaskan bagaimana manusia dalam kehidupan bermasyarakat didominasi oleh konotasi. Menurut Barthes, konotasi adalah pengembangan segi petanda oleh pemakai tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Kalau konotasi sudah menguasai masyarakat, ia akan menjadi mitos. Barthes mencoba menguraikan betapa kejadian keseharian dalam kebudayaan manusia sepertinya wajar padahal itu mitos belaka akibat konotasi yang menjadi mantap di masyarakat.

Danesi dan Perron yang mengembangkan semiotika Charles Sanders Pierce dalam buku mereka *Analyzing Cultures* (1999)[92] menamakan manusia sebagai *homo culturalist*, yakni makhluk yang selalu ingin memahami makna dari apa yang diketemukannya (*meaning-seeking creature*). Makna dalam sejarah merupakan hasil kumulasi dari waktu ke waktu. Dengan demikian, manusia juga mencari makna dengan melihat ke sejarah. Jadi, terlepas dari paham strukturalis (pengaruh dari Ferdinand de Saussure) atau paham pragmatis (pengaruh dari Charles Sanders Peirce), semiotika pada akhirnya mengarahkan perhatiannya pada kajian tentang kebudayaan manusia. Hal itu tidak dapat dihindarkan karena sejatinya yang memberi makna kepada tanda adalah manusia yang berada dalam lingkungan sosial-budayanya. Semiotika melihat kebudayaan sebagai

[91]Roland Barthes, *Mythologies* (New York: Hill and Wang, 1972).
[92]M. Danesi and P. Perron, *Analyzing Cultures* (Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press, 1999).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sistem tanda yang oleh anggota masyarakatnya diberi makna sesuai dengan konvensi yang berlaku.

Dalam kaitannya dengan tesis Danesi dan Perron tersebut, Sumbo Tinarbuko (2008)[93] menemukan ungkapan bagi sistem semiosis di atas dalam dogma populer ilmu komunikasi, yaitu: "*words doesn't mean, people mean*". Artinya, sesungguhnya kata-kata tidak memiliki makna, manusialah yang merekatkan makna ke dalam kata-kata tersebut. Dalam ilmu komunikasi, jika manusia adalah subyek yang memberikan makna pada pesan yang disampaikan, maka bisa dibayangkan betapa rumitnya melakukan proses komunikasi yang efektif. Jabaran efektivitas di sini dapat diterjemahkan dalam sebuah kalimat yang menyebutkan bagaimana caranya menciptakan persepsi yang sama antara pengirim dan penerima pesan. Tinarbuko memberikan satu contoh dari rumitnya komunikasi efektif tersebut dalam periklanan. Menurutnya, periklanan selain merupakan kegiatan pemasaran juga merupakan kegiatan komunikasi. Dari segi komunikasi, rekayasa unsur pesan sangat tergantung dari siapa khalayak sasaran yang dituju dan melalui media apa iklan tersebut sebaiknya disampaikan. Karena itu, untuk membuat komunikasi menjadi efektif, sang komunikator harus memahami betul khalayak sasaran (komunikan), baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Pemahaman secara kuantitatif akan menjamin bahwa jumlah penerima pesan akan

[93]Sumbo Tinarbuko, *Mata Hati Iklan Indonesia, Esai Sosial Budaya Periklanan Indonesia* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sejalan dengan target yang telah ditetapkan. Sedangkan pemahaman secara kualitatif akan menjamin bahwa pesan yang disampaikan akan sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Iklan sebagai salah satu perwujudan kebudayaan massa sebenarnya tidak hanya bertujuan menawarkan dan mempengaruhi calon konsumen untuk membeli barang atau jasa, tetapi juga turut mendedahkan nilai tertentu yang secara terpendam terdapat di dalamnya. Oleh karena itu, iklan yang sehari-hari ditemukan di berbagai media massa cetak dan elektronik tersebut dapat dikatakan bersifat simbolik. Artinya, iklan dapat menjadi simbol sejauh imaji yang ditampilkannya membentuk dan merefleksikan nilai hakiki.

Kajian tentang simbolisme dalam iklan banyak dilakukan oleh Roland Barthes dalam bukunya *Mythologies* (1972). Dalam *Mythologies*, Barthes menyajikan penjelasan teoritis atas metode yang digunakannya untuk membaca sistem simbol dan produksi tekstualnya dalam media. Sejumlah subyek dikupas secara memikat dalam bukunya tersebut, seperti iklan, buku panduan wisata, foto, *fashion*, tari telanjang, dan gulat. Barthes memfokuskan perhatiannya pada obyek dan peristiwa kehidupan sehari-hari yang dipandangnya sarat dengan makna dan kental dengan wacana mistis yang disampaikan sebagai universalitas nilai-nilai tertentu yang direpresentasikannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terkait dengan kajian Barthes tersebut, Rhenald Kasali (1992)[94] menegaskan bahwa iklan memang bukan semata-mata pesan bisnis yang menyangkut usaha mencari keuntungan secara sepihak, akan tetapi juga mempunyai peran yang sangat penting bagi berbagai kegiatan nonbisnis. Di negara-negara maju, iklan telah dirasakan manfaatnya dalam menggerakkan solidaritas masyarakat ketika menghadapi suatu masalah sosial. Dalam iklan tersebut disajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus dihadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum. Iklan seperti itu menurut Kasali termasuk kategori iklan layanan masyarakat.

Menurut Idi Subandy Ibrahim dalam *Wanita dan Media* (1998),[95] iklan adalah acuan. Artinya, iklan adalah diskursus tentang realitas, yang menggambarkan, memproyeksikan dan menstimuli suatu dunia mimpi yang hiper-realistik. Iklan tidak menghadirkan realitas sosial yang sesungguhnya. Iklan yang baik adalah iklan yang mampu berkomunikasi dengan kebudayaan, iklan adalah sama dengan komunikasi plus kebudayaan. Iklan bekerja dengan cara merefleksikan budaya tertentu ke konsumen. Oleh karenanya iklan berupaya membuat sebuah representasi suatu kenyataan yang hidup melalui simbol-simbol tertentu, sehingga

[94]Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Penerbit Grafiti, 1992).
[95]Idi Subandy Ibrahim dan Hanif Suranto, *Wanita dan Media, Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru* (Jakarta: Rosdakarya, 1998), 324.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diharapkan mampu menghidupkan impresi dalam benak konsumen bahwa citra produk yang ditampilkan adalah juga bagian dari kesadaran budayanya.

Ratna Noviani dalam bukunya *Jalan Tengah Memahami Iklan* (2002)[96] menyatakan, bahwa apa yang sesungguhnya terjadi dalam iklan adalah kombinasi antara representasi dan simulasi, atau menurut Ervin Goffman adalah *commercial realism*, di mana dalam sebuah teks iklan ditampilkan citra-citra yang membentuk alam fantasi dan realitas hiper di satu sisi, dan representasi realitas di sisi lain. Teks iklan juga memproyeksikan sebuah visi ideologis dalam tampilannya. Citra-citra yang nampaknya netral, ternyata di balik itu memiliki muatan ideologis yang digunakan untuk memperkuat ataupun melawan nilai-nilai secara dominan yang berlaku di masyarakat.

Lebih lanjut Noviani menyatakan bahwa iklan itu adalah cermin masyarakat yang lebih menampilkan tipuan-tipuan yang halus dan bersifat terapetik daripada menampilkan refleksi-refleksi realitas sosial. Kesadaran adalah hal yang paling penting dalam konstruksi sosial, karena konstruksi sosial sangat terkait dengan kesadaran manusia terhadap realitas sosial itu. Dalam proses konstruksi sosial terjadi penyesuaian dengan simbol-simbol yang berlaku dalam suatu masyarakat tertentu. Simbol dalam iklan ternyata dapat membawa makna lebih dibandingkan melihatnya secara

[96]Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan CCSS Yogyakarta, 2002).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langsung, terutama simbol yang bersifat visual. Terlebih lagi iklan yang ditayangkan melalui televisi, karena televisi tidak hanya mampu menampilkan iklan secara visual namun juga audio secara bersamaan. Di sinilah salah satu daya tarik kajian mengenai simbolisme dalam iklan.

b. Simbolisme dalam Agama dan Praktik Beragama

Samuel Hayakawa dalam bukunya *Language in Thought and Action* (1972)[97] menjelaskan bahwa proses simbolik ada dan terjadi di mana-mana pada semua tingkat peradaban manusia dari yang paling sederhana sampai pada tingkat yang paling canggih. Simbol sebenarnya merupakan hasil rekaman otak manusia atas pengalaman-pengalamannya dan di dalam otak tersebut pengalaman diterjemahkan menjadi simbol-simbol. Karena itulah dikatakan oleh Dibyasuharda dalam karyanya *Dimensi Metafisik dalam Simbol* (1990)[98] bahwa bentuk simbol adalah penyatuan dua hal yang luluh menjadi satu. Dalam simbolisasi, subyek menyatukan dua hal menjadi satu atau tunggal.

Susanne K. Langer dalam bukunya *Feeling and Form* (1953)[99] menyatakan bahwa simbol dibedakan menjadi dua macam, yakni simbol presentasional (*presentational symbols*) dan simbol diskursif (*discursive symbols*). Simbol presentasional adalah simbol yang cara penangkapannya tidak terlampau membutuhkan intelektual. Dengan spontan simbol ini

[97]Samuel Hayakawa, *Language in Thought and Action* (New York: Harcourt, Brace Jovanovich, 1972), 54.
[98]Dibyasuharda, "Dimensi Metafisik dalam Simbol: Ontologi Mengenai Akar Simbol", Disertasi, Universtas Gadjahmada, Yogyakarta, 1990.
[99]Susanne K. Langer, *Feeling and Form: A Theory of Art Developed from Philosophy in New Key* (London: Routledge & Kegan Paul, 1953).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghadirkan apa yang dikandungnya seperti misalnya alam, lukisan, pahatan dan sebagainya. Makna dari simbol ini ditangkap melalui hubungan antarelemen simbol dalam struktur keseluruhan. Sedangkan simbol diskursif adalah simbol yang cara penangkapannya cenderung menggunakan intelektual dan tidak secara spontan melainkan berurutan. Simbol diskursif mempunyai sistem yang tidak dapat diabaikan dan dibangun oleh unsur-unsur menurut perhubungan tertentu yang kemudian baru dapat dipahami maknanya.

Bentuk simbol diskursif yang paling lekat dalam kehidupan sehari-hari adalah bahasa, yang secara jelas diakui mempunyai konstruksi yang konsekuen dan tersusun menurut aturan sintaksis dan gramatikal tertentu sebelum menghasilkan gambaran mengenai suatu kenyataan tertentu. Karena itu dikatakan oleh Hayakawa dalam *Language in Thought and Action* (1972), bahwa bahasa adalah bentuk simbol yang paling maju, paling halus, paling canggih, dan paling lengkap.

Meskipun bahasa mempunyai kompleksitas yang luar biasa, ada bagian penting dari realitas yang sulit ditembus oleh pengaruh formatif bahasa, yaitu wilayah yang disebut pengalaman dalam, ruang hidup perasaan dan emosi, yang lebih merupakan kegiatan intersubyektif manusia. Tidak memadainya bahasa untuk menyampaikan pengalaman intersubyektif ini karena bahasa sebagai sebuah simbol tidak mampu secara sempurna mencerminkan bentuk alamiah perasaan. Sehingga manusia kadang-kadang tidak mampu membentuk konsep-konsep yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terperinci tentang perasaan dengan bantuan bahasa yang wantah. Bahasa yang dipakai untuk merujuk kepada perasaan hanya mampu memberi penamaan secara umum terhadap pengalaman dalam, misalnya kegairahan, kebahagiaan, ketentraman, cinta, dan sejenisnya. Namun, bahasa tidak mampu memerinci betapa kebahagiaan berbeda-beda jenisnya, berjenis-jenis kesedihan, dan sebagainya. Pada titik ini terbukti bahwa hakikat alam perasaan adalah sesuatu yang tidak dapat secara rinci dan tegas dinyatakan dalam simbol diskursif.

Menurut Sri Mulyono dalam bukunya *Simbolisme dan Mistikisme dalam Wayang* (1979)[100] bahwa termasuk pengalaman dalam, alam perasaan dan emosi, yang tidak dapat dirinci secara tegas oleh bahasa tetapi bisa diberi penamaan secara umum adalah pengalaman religius. Pengalaman religius adalah pengalaman yang mendalam, yang merangkum kenyataan sedemikian menyeluruh, sehingga manusia merasa terangkat ke dimensi yang lain, yang melampaui batas-batas dirinya, yang tak terucapkan, yang kudus, yang tak dapat ditangkap dan tak dapat dirumuskan sampai tuntas. Oleh karena sifatnya yang total mendalam itu, pengalaman religius hanya mungkin diekspresikan dan ekspresi pengalaman tersebut akhirnya disebut simbol. Bentuk ekspresi pengalaman religius ini dapat berupa tindakan ibadah shalat, puasa, atau haji, dan seterusnya. Di situ manusia menjadi *homo religious*. Pernyataan

[100]Sri Mulyono, *Simbolisme dan Mistikisme dalam Wayang, Sebuah Tinjauan Filosofis* (Jakarta: Gunung Agung, 1979), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yang Ilahi dalam dunia (hierofani) yang melibatkan seluruh pribadinya itu hendak ditangkap dan dihadirkan kembali dalam tuturan (mitos) dan tindakan (ritus), di mana ia menghayati kembali kehadiran Yang Ilahi itu dan memperoleh keselamatan dalam persatuan dengannya.

Terkait dengan tindakan manusia yang merupakan ekspresi dari pengalaman batinnya, A.H. Baker dalam karyanya *Manusia dan Simbol* (1977)[101] menyebutkan bahwa tindakan manusia dibedakan dalam beberapa macam atau tingkatan dalam penghayatannya, yaitu tindakan praktis atau disebut juga tindakan biasa, tindakan pragmatis, tindakan efektif, dan tindakan simbolis. A.H. Bakker dalam bukunya *Sekitar Manusia* (1978) menyatakan bahwa kedudukan simbol dan tindakan simbolis dalam keagamaan sebagaimana dapat dilihat dalam kegiatan atau upacara keagamaan merupakan penghubung antara komunikasi human kosmis dan komunikasi keagamaan lahir dan batin. Tindakan simbolisme dalam ritual keagamaan merupakan bagian yang sangat penting dan tidak mungkin dibuang begitu saja karena tindakan simbolis ini melambangkan komunikasi manusia dengan Tuhan. Bahkan simbolisme sangat menonjol peranannya dalam keagamaan. Hal ini dapat dilihat pada segala bentuk ritual keagamaan sejak Nabi Adam sampai dengan Nabi Muhammad.

Dalam sejarah umat Islam, penggunaan simbol-simbol dalam agama, ternyata dilaksanakan dengan penuh kesadaran yang tinggi,

[101]A.H. Baker, "Manusia dan Simbol", dalam *Sekitar Manusia, Bunga Rampai tentang Filsafat Manusia*, ed. Soerjanto Poespowardojo dan K. Bertens (Jakarta: PT. Gramedia, 1977), 95-113.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemahaman yang sungguh-sungguh, dan penghayatan yang mendalam dan dianut secara mentradisi dari satu umat ke umat berikutnya. Dalam hubungan ini, Mircea Eliade dalam buku *Myth and Reality* (1964) menyatakan bahwa manusia tidak mampu mendekati Yang Kudus secara langsung karena Yang Kudus itu transenden sedangkan manusia itu makhluk temporal yang terikat di dalam dunianya. Maka manusia bisa mengenal Yang Kudus, sejauh bisa dikenal melalui simbol. Simbol merupakan suatu cara untuk dapat sampai pada pengenalan akan Yang Kudus dan transenden. Semua kegiatan manusia pada umumnya melibatkan simbolisme. Karena itu manusia bukan hanya merupakan *animal rationale*, tetapi disebut juga *homo simbolicus*. Mungkin dalam lingkungan keagamaan kadang-kadang para pemeluk agama tidak perlu menggunakan suatu ungkapan simbolis. Hal ini tergantung pada kodrat makna yang akan dikomunikasikan. Namun di dalam lingkungan keagamaan, fakta-fakta keagamaan itu sendiri menurut kodratnya sudah bersifat simbolis. Yang Kudus selalu menduduki tempat sentral dalam agama. Ungkapan-ungkapan keagamaan selalu menunjuk pada suatu yang transenden, yang trans-manusiawi, yang trans-historis.

Koentjaraningrat dalam bukunya *Kebudayaan, Mentalitet, dan Pembangunan* (1974)[102] menyebutkan ada empat komponen dalam sistem agama. *Pertama*, emosi keagamaan yang menyebabkan manusia menjadi religius. Emosi keagamaan merupakan suatu getaran yang menggerakkan

[102]Koentjaraningrat, *Manusia, Mentalitet, dan Pembangunan* (Jakarta: PT Gramedia, 1974), 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jiwa manusia. Proses ini terjadi apabila jiwa manusia memperoleh cahaya dari Tuhan. Getaran jiwa yang disebut emosi keagamaan tersebut bisa dirasakan seorang individu dalam keadaan sendiri. Suatu aktivitas keagamaan dapat dilakukan oleh seseorang dalam kehidupan sunyi senyap. Seseorang bisa berdoa, bersujud atau melakukan sembahyang sendiri dengan penuh khidmat. Manakala dihinggapi emosi keagamaan, ia akan membayangkan Tuhannya. *Kedua*, sistem kepercayaan yang mengandung keyakinan serta imajinasi manusia tentang Tuhan, keberadaan alam ghaib, makhluk-makhluk ghaib dan lain sebagainya. Keyakinan-keyakinan seperti itu biasanya diajarkan kepada manusia dari kitab-kitab suci agama yang bersangkutan. Sistem kepercayaan erat hubungannya dengan sistem ritual keagamaan dan menentukan tata urut dari unsur-unsur acara, serta sarana dan prasarana yang digunakan dalam unsur keagamaan. *Ketiga*, sistem ritual keagamaan yang bertujuan mencari hubungan manusia dengan Tuhan. Sistem ritual keagamaan ini melambangkan konsep-konsep yang terkandung dalam sistem kepercayaan. *Keempat*, kelompok-kelompok keagamaan bisa berupa organisasi sosial keagamaan, organisasi dakwah atau penyiaran keagamaan yang juga menggunakan simbol-simbol dengan ciri khas masing-masing kelompok keagamaan tersebut.

Menurut Dillistone dalam *The Power of Symbols* (2002), pada dasarnya nilai-nilai atau ide yang melekat pada simbol agama itu yang membimbing pemeluknya dalam beragama. Dia merupakan spirit dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beragama. Dalam hal ini, hubungan antara simbol dan nilai-nilai yang dikandunginya itu membentuk suatu sistem simbolik yang memiliki kekuatan yang sangat luar biasa (*power of symbols*).[103] Kekuatan itu kemudian berpengaruh terhadap interaksi di mana simbol tersebut diartikulasikan. Pandangan tersebut sejalan dengan konsep Clifford Geertz mengenai agama, bahwa "agama adalah sistem simbol yang bertujuan menciptakan perasaan dan motivasi yang kuat, mudah menyebar dan tidak mudah hilang dalam diri seseorang...".[104] Agama, melalui motivasi yang diciptakannya, menyebabkan seseorang merasakan atau melakukan sesuatu. Motivasi itu tentu memiliki tujuan-tujuan tertentu dan orang yang termotivasi tersebut akan dibimbing oleh seperangkat nilai tentang apa yang penting, apa yang baik dan buruk, apa yang benar dan salah bagi dirinya.[105] Meskipun simbol bukanlah nilai itu sendiri, ia sangatlah dibutuhkan untuk kepentingan penghayatan akan nilai-nilai yang diwakilinya. Clifford Geertz (1992) menjelaskan bahwa kekuatan agama dalam menyangga nilai-nilai sosial terletak pada kemampuan simbol-simbolnya dalam merumuskan sebuah dunia tempat nilai-nilai itu dan kekuatan-kekuatan yang melawan perwujudan nilai-nilai itu menjadi

[103]F.W. Dillistone, *The Power of Symbols*, ter. A. Widyamartaya (Yogyakarta: Kanisius, 2002), 19.
[104]Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures* (New York: Basic Books, 1973), 90.
[105]Daniel L. Pals, *Dekonstruksi Kebenaran: Kritik Tujuh Teori Agama*, ter. Inyiak Ridwan Muzir, Cet. III (Yogyakarta: IRCiSoD, 2003), 343.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahan-bahan dasarnya. Agama melukiskan kekuatan imajinasi manusia untuk membangun sebuah gambaran kenyataan.[106]

Dalam kaitannya dengan itu, Zainuddin Maliki dalam penelitiannya *Agama Priyayi: Makna Agama di Tangan Elite Penguasa* (2004)[107] menjelaskan bahwa simbol agama Islam seringkali diekspresikan oleh penguasa sebagai sumber legitimasi dalam menjalankan dan melanggengkan kekuasaan. Kekuatan simbol agama Islam dimanfaatkan oleh penguasa untuk mobilisasi dukungan kelompok maupun institusi agama. Simbol agama Islam itu digunakan untuk menggalang massa dengan cara menaruh sajadah atau kaligrafi di kantor, menaruh tasbih di kendaraan, atau menjalankan ritus rakyat, dan seterusnya.[108]

Penelitian Ngatawi berjudul *Gerakan Islam Simbolik: Politik Kepentingan FPI* (2006)[109] juga menegaskan hal itu, bahwa simbol agama mampu menggerakkan massa dalam berbagai aktivitas kehidupan. Di kalangan masyarakat Indonesia, agama masih menjadi alat legitimasi yang cukup efektif dalam gerakan-gerakan sosial. Sikap keberagamaan masyarakat Indonesia masih mistis, yaitu memandang dan memahami agama secara emosional, simbolik; lebih mengedepankan rasa daripada

---

[106]Clifford Geertz, *Agama dan Kebudayaan*, ter. Francisco Budi Hardiman (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1992), 57.
[107]Zainuddin Maliki, *Agama Priyayi: Makna Agama di Tangan Elite Penguasa* (Yogyakarta: Pustaka Marwa, 2004), 3.
[108]Ibid., 352.
[109]Ngatawi, *Gerakan Islam Simbolik: Politik Kepentingan FPI* (Yogyakarta: LKiS, 2006).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rasio. Akibatnya, mereka lebih mudah tertipu dalam berbagai simbol dan ritus agama.[110]

Dalam bidang agama sendiri, simbol (bentuk-bentuk simbol) masih terus menimbulkan kontroversi antara orang-orang yang mengutamakan gambaran-gambaran simbolis sebagai jalan besar menuju arti dan kebenaran serta orang-orang yang berusaha menggunakan gambaran harfiah dan gambaran lurus untuk menggambarkan kebenaran Ilahi seperti apa adanya. Manusia menata dan menafsirkan realitasnya dengan simbol-simbol dan bahkan merekonstruksi realitasnya itu dengan simbol serta mengupayakan stabilitas-stabilitas untuk kehidupan sosialnya. Simbol agama dalam komunitas sosial tidak hanya berfungsi menciptakan tatanan, tapi juga fungsinya bersifat intelektual. Sebuah simbol agama dapat menjadi sarana untuk menegakkan tatanan sosial masyarakat atau untuk mengugah kepatuhan-kepatuhan sosial serta untuk mengungkapkan kosmologinya. Kesejahteraan semua masyarakat juga akan dapat dipelihara hanya apabila semua hubungan diatur dan digambarkan dalam suatu sistem simbol. Sistem-sistem simbol agama sendiri telah mengalami banyak penyesuaian, sehingga memelihara atau mempertahankan sebuah sistem menjadi problematis.

c. Potensi Konflik Simbolik dalam Keberagamaan

Studi konflik telah dimulai sejak perkembangan ilmu sosial klasik sampai abad postmodern terutama melalui disiplin ilmu sosiologi,

[110]Ibid., 171.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

psikologi, dan hubungan internasional. Istilah konflik sebenarnya tidak selalu berkonotasi negatif semisal pemaknaannya sebagai ketidakamanan dan ketidakharmonisan bagi kelompok dan sejarah tertentu, sehingga definisi semacam itu akan mengharamkan konflik dan mengabaikan eksistensi dinamika sosial. Adalah kebalikannya, bahwa konflik justeru selalu menjadi bagian hidup manusia yang bersosial dan berpolitik serta pendorong dinamika dan perubahan sosial politik. Konflik adalah unsur terpenting dalam kehidupan manusia, karena konflik memiliki fungsi positif,[111] konflik menjadi dinamika sejarah manusia, konflik menjadi entitas hubungan sosial,[112] dan konflik adalah bagian dari proses pemenuhan kebutuhan dasar manusia.[113]

Manusia adalah *homo conflicus*, yaitu makhluk yang selalu terlibat dalam perbedaan, pertentangan, dan persaingan baik suka rela maupun terpaksa. Dalam *Kamus Umum Bahasa Indonesia* yang disusun Poerwadarminta (1976)[114] disebutkan, konflik diartikan pertentangan atau percekcokan. Pertentangan sendiri bisa muncul ke dalam bentuk pertentangan ide maupun fisik antara dua belah pihak berseberangan. Francis dalam bukunya *Teori Dasar Transformasi Konflk Sosial* (2006)[115] menambahkan unsur persinggungan dan pergerakan sebagai aspek

[111]Lewis Coser, "Social Conflict and Te Theory of Social Change", *British Journal of Sociology*, 8:3 (September 1957), 197-207.
[112]Ralf Dahrendorf, *Class and Class Conflict in Industrial Society* (California: Stanford University Press, 1959).
[113]Abraham Maslow, *Motivaton and Personality* (New York: Harper and Row, 1954).
[114]W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1952).
[115]Diana Fancis, *Teori Dasar Transformasi Konflik Sosial* (Yogyakarta: Penerbit Quills, 2006), 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tindakan sosialnya. Dengan demikian, secara sederhana dapat disimpulkan bahwa konflik adalah pertentangan yang ditandai oleh pergerakan dari beberapa pihak sehingga terjadi persinggungan.

Pengertian konflik tersebut sesuai dengan apa yang didefinisikan Pruitt dalam bukunya *Social Conflict: Escalation, Stalemate, and Settlement* (2004)[116] bahwa konflik berarti persepsi mengenai perbedaan kepentingan (*perceived divergence of interest*), atau suatu kepercayaan bahwa aspirasi pihak-pihak yang berkonflik tidak dicapai secara simultan. Jika memahami konflik pada dimensi ini, maka unsur-unsur yang ada di dalam konflik adalah persepsi, aspirasi, dan aktor yang terlibat di dalamnya. Artinya dalam dunia sosial jika ditemukan persepsi, maka akan ditemukan pula aspirasi dan aktor.

Konflik bisa muncul pada skala yang berbeda seperti konflik antarorang (*interpersonal conflict*), konflik antarkelompok (*intergroup conflict*), konflik antara kelompok dan negara (*vertical conflict*), dan konflik antarnegara (*inter-state conflict*). Setiap skala memiliki latar belakang dan arah perkembangannya. Masyarakat manusia di dunia pada dasarnya memiliki sejarah konflik dalam skala antara perorangan sampai antarnegara. Konflik yang bisa dikelola secara arif dan bijaksana akan mendinamisir proses sosial dan bersifat konstruktif bagi perubahan sosial dan tidak menghadirkan kekerasan. Namun dalam catatan sejarah

[116]Dean G. Pruitt and Sung Hee Kim, *Social Conflict: Escalation, Stalemate, and Settlement* (New York: McGraw-Hill, 2004), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat dunia, konflik sering diikuti oleh bentuk-bentuk kekerasan, seperti perang dan pembantaian.

Menurut Ramlan Surbakti, sebagaimana yang dikutip oleh Decky Natalis (2001),[117] bahwa secara garis besar bentuk konflik dapat dibedakan menjadi dua, yaitu konflik yang berwujud kekerasan dan konflik tidak berwujud kekerasan. Konflik yang berwujud kekerasan biasanya terjadi di dalam masyarakat dan negara yang belum memiliki konsensus mengenai dasar dan tujuan negara serta mekanisme pengaturan penyelesaian konflik yang melembaga, sehingga dampaknya berupa huru-hara, sabotase, kudeta, pemberontakan, separatisme, dan revolusi. Sedangkan konflik yang tidak mengandung kekerasan biasanya ditemukan pada masyarakat dan negara yang memiliki konsensus mengenai dasar dan tujuan, sehingga penyelesaian konflik tersebut dapat dilakukan melalui lembaga-lembaga formal, misalnya demonstrasi, pemogokan, pengajuan petisi, dialog dan polemik melalui media elektronik maupun cetak, lembaga peradilan, dan lain-lain. Penyelesaian konflik yang tidak mengandung kekerasan, lebih cenderung dilakukan masyarakat modern.

Sumber-sumber terjadinya konflik bersifat kompleks. Menurut Isenhart dan Spangle (2000), konflik dapat terjadi karena adanya (1) interpretasi gagasan atau ide yang ada dalam informasi, (2) adanya kepentingan yang bersifat khusus sesuai dengan kebutuhan salah satu

[117]Decky Natalis Pigay BIK, *Evolusi Nasionalisme Sejarah Konflik Politik di Papua* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), 68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pihak, (3) prosedur yang tidak sesuai atau tepat, (4) perbedaan nilai tentang prioritas atau pilihan individu atau kelompok, (5) ketiadaan *trust* sehingga kooperasi tidak tercipta dalam relasi, (6) ketidakseimbangan peran yang dijalankan oleh masing-masing pihak, dan (7) bentuk komunikasi yang tidak relevan. Sumber yang paling besar memberikan kontribusi terjadinya konflik adalah kepentingan, dibandingkan dari sumber-sumber yang lain. Sehingga konflik juga sering disebut sebagai konflik kepentingan (*conflict of interests*).

Istilah konflik simbolik muncul dari karya Pierre Bourdieu berjudul *Language and Symbolic Power* (1991). Menurut Bourdieu, kata-kata mendapatkan kekuasaan dari penuturnya. Jika menurut Saussure bahasa adalah fakta sosial, bagi Chomsky sebagai fakta psikologis, bagi Bourdieu bahasa adalah praktik sosial. Praktik bahasa merupakan interaksi dialektis antara medan linguistik dengan habitus linguistik. Medan linguistik adalah arena di mana wacana-wacana termanifestasi, sedangkan habitus adalah kecenderungan praktik-praktik linguistik yang dimiliki oleh pelaku sosial. Bagi Bourdieu, otoritas yang dimiliki pelaku sosial bukanlah otoritas yang muncul begitu saja, tetapi merupakan investasi sosial yang dicapai oleh si pelaku. Melalui investasi sosial, pelaku sebenarnya bertujuan merebut suatu arena kekuasaan yang disebut kekuasaan simbolik.

Untuk mencapai kekuasaan simbolik, terjadilah pertarungan simbolik. Pertarungan simbolik adalah sebuah persaingan untuk kekuasaan atas pelaku sosial satu dan pelaku sosial lain, atas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eksistensinya, pandangannya, persepsinya, dan apresiasinya. Penyebabnya adalah perbedaan pandangan dunia, perbedaan sudut pandang, dan perbedaan nilai-nilai. Tujuan konflik simbolik adalah mendapatkan kekuasaan untuk memproduksi dan menunjukkan pandangan dunia yang paling diakui, yang paling dianggap benar, yang memiliki legitimitasi.

Dalam pertarungan simbolik terjadi pertarungan wacana. Wacana yang menang menjadi dominan: *doxa*, sedang wacana yang kalah menjadi *hetrodoxa*. Sebagai contoh, pertarungan wacana dapat dilihat dengan jelas dalam kasus CNN dan Al-Jazeera dalam menyampaikan opini tentang perang Irak. Pertama-tama televisi CNN menguasai opini dunia dengan sewenang-wenang menggunakan pemilihan kata yang selalu menempatkan tentara Amerika pada posisi positif, sementara tentara dan pejuang Irak dalam posisi negatif, seperti berani vs brutal, hati-hati vs pengecut, setia vs fanatik, pahlawan vs teroris, dan lain-lain. Belakangan, muncul stasiun televisi Al-Jazeera yang meliput perang Irak dengan sudut pandang yang berbeda. Pertarungan simbolik pun dimulai. Opini-opini segera terbentuk, ada yang pro dan ada yang kontra. Ketika Al-Jazeera dianggap menggoyang kemapanan dominasi CNN, Amerika pun membuat stasiun televisi tandingan seperti Midle East Television Network, Al-Arabia, dan Arab News Network.

Pada era sekarang ini, perwujudan relasi antara kekuasaan dan kekerasan tidak lagi tampil dalam ruang konkrit, yang melibatkan aktivitas fisikal, namun keduanya beroperasi dalam ruang yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadikan simbol sebagai kekuatan abstrak untuk menciptakan kebenaran. Melalui representasi, sebuah realitas dapat dihadirkan melalui mobilisasi sistem simbol, baik bahasa, wacana, gambar, dan semacamnya.

Masih menurut Bourdieu, kekuasaan simbolik memiliki kemampuan untuk menyembunyikan bentuk aslinya, kekerasannya, dan kesewenang-wenangannya sehingga membuat orang lain terdominasi secara tidak sadar. Untuk mendapatkan dominasi itu, dibutuhkan mekanisme obyektif, yaitu mekanisme yang membuat kelompok yang didominasi secara tidak sadar masuk ke dalam lingkaran dominasi dan menjadi patuh. Mekanisme ini oleh Bourdieu disebut kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik bekerja dengan mekanisme *mecoinnaissance*, penyembunyian. Mekanisme ini berjalan dengan dua cara, yakni eufimisme dan sensorisasi. Eufimisme membuat kekerasan simbolik menjadi halus, tak dikenali, sedangkan sensorisasi membuat kekerasan simbolik tampak sebagai bentuk pelestarian nilai-nilai yang dianggap luhur.

Konflik simbolik bisa terjadi ketika suatu rezim pemerintahan melakukan praktik pendayagunaan simbol yang mencerminkan kekhasan kekuasaannya. Sebagaimana orde politik, madhhab pemikiran keagamaan pun biasa menciptakan sistem simbol yang menggambarkan karakteristik perjuangan pemikirannya. Dalam konteks Indonesia, ditemukan pengusung pemikiran tertentu yang mendayagunakan simbol melalui wacana, misalnya “Selamatkan Indonesia dengan Syariah”, “Tegakkan Khilafah Islamiyah”, dan sejenisnya. Namun ada pula yang mengusung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simbol berbeda bahkan bertentangan, seperti "Tegakkan *Civil Society*", "Hormati HAM", "Islam *Yes*, Partai Islam *No*", dan seterusnya.

2. Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian Ini

Beberapa penelitian relevan yang sudah pernah dilakukan serta menjadi sumbangan berharga bagi ranah pijakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia berjudul *Islam dan Radikalisme di Indonesia* (2005)[118] dan penelitian yang dilakukan oleh Masdar Hilmy berjudul *Teologi Perlawanan: Islamisme dan Diskursus Demokrasi di Indonesia Pasca-Orde Baru* (2009).[119] Penelitian pertama memaparkan bahwa banyaknya gerakan fundamentalisme Islam yang muncul pasca-Orde Baru berkaitan dengan situasi sosial, politik, ekonomi, dan keamanan yang ada di Indonesia. Krisis multi-dimensi yang dialami masyarakat Indonesia telah menimbulkan rasa ketidakpuasan yang meluas dan mempertanyakan sistem pemerintahan yang selama ini dianut di Indonesia yang nyatanya tidak mampu menuntaskan persoalan bangsa. Gerakan fundamentalisme Islam menawarkan *option* untuk mengimplementasikan Islam sebagai sistem pemerintahan. Karena Islam adalah *al-Dīn wa al-Dawlah*. Sedangkan penelitian kedua memaparkan bahwa teologi perlawanan kaum Islamis terhadap demokrasi merupakan hasil konstruksi sosial yang terinspirasi oleh imajinasi simbolis atas peran-peran profetik yang ada

[118]Endang Turmudi dan Riza Sihbudi, *Islam dan Radikalisme di Indonesia* (Jakarta: LIPI Press, 2005).
[119]Masdar Hilmy, *Teologi Perlawanan: Islamisme dan Diskursus Demokrasi di Indonesia Pasca-Orde Baru* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2009).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam kitab suci. Imajinasi simbolis tersebut mengakibatkan sikap glorifikasi diri yang hebat di satu pihak, dan demonisasi kelompok lain, di lain pihak. Sikap glorifikasi diri terwujud dalam afirmasi kaum Islamis bahwa Islam adalah satu-satunya solusi bagi krisis multi-dimensi di Indonesia sehingga masyarakat harus merujuk kepada Islam, bukan demokrasi. Dalam konteks ini, bahasa memainkan peranan penting dalam memproduksi dan mereproduksi diskursus anti-demokrasi. Dua penelitian tersebut memberi sumbangan berarti dalam memetakan realitas kelompok Islamis di Indonesia pasca-Orde Baru sehingga membantu peneliti dalam mencandra tahapan awal studi konflik simbolik yang melibatkan kelompok agama di Indonesia.

b. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Qodir Shaleh berjudul *Agama Kekerasan* (2003),[120] penelitian oleh Agus Purnomo berjudul *Ideologi Kekerasan: Argumentasi Teologis-Sosial Radikalisme Islam* (2009),[121] dan penelitian yang dilakukan oleh Haqqul Yaqin berjudul *Agama dan Kekerasan dalam Transisi Demokrasi di Indonesia* (2009).[122] Ketiga penelitian tersebut menyimpulkan bahwa agama mengakomodir kekerasan sebagai bagian dari realitas teks (keagamaan). Praktik kekerasan secara konstitutif inheren dalam agama dengan pemaknaannya yang teologis dan sublimatif. Pada saat agama dipropagandakan secara bertentangan dengan

[120]Abdul Qadir Shaleh, *Agama Kekerasan* (Yogyakarta: Prismasophie Press, 2003).
[121]Agus Purnomo, *Ideologi Kekerasan: Argumentasi Teologis-Sosial Radikalisme Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan STAIN Ponorogo Press, 2009).
[122]Haqqul Yaqin, *Agama dan Kekerasan dalam Transisi Demokrasi di Indonesia* (Yogyakarta: eLSAQ Press, 2009).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebaikan dan kesucian hidup, yang berarti melawan fitrahnya sendiri, maka di situ terjadi devaluasi makna keluhuran agama. Bagian dari devaluasi tersebut adalah kekerasan struktur politik yang disublimasikan ke dalam simbol-simbol agama, sehingga setiap kekerasan sosial yang tampak akan selalu dipersepsikan sebagai kekerasan yang berawal dari pemahaman dan nilai-nilai keagamaan. Sumbangan ketiga studi tersebut bagi penelitian ini adalah memperkuat teori bahwa konflik simbolik memiliki korelasi positif dengan faktor teologis dan politis yang diperankan oleh para aktor sosial yang berada di balik konflik.

c. Kajian yang dilakukan oleh M. Muhsin Jamil berjudul *Membongkar Mitos Menegakkan Nalar: Pergulatan Islam Liberal Versus Islam Literal* (2005)[123] dan kajian oleh Ulil Abshar-Abdalla berjudul *Islam Liberal dan Fundamental: Sebuah Pertarungan Wacana* (2004).[124] Dalam kajiannya, M. Muhsin Jamil menjelaskan secara detail varian pemikiran dan gerakan Islam Indonesia pascareformasi disertai dengan pelurusan terhadap berbagai kesalahpahaman yang banyak dipersepsikan orang. Menurutnya, varian pemikiran dan gerakan keislaman di Indonesia dapat dipetakan menjadi dua arus pemikiran utama yakni literalisme dan liberalisme. Dari kedua arus pemikiran tersebut kemudian lahir ketegangan-ketegangan dan bahkan sampai pada *struggle of power* yang mewarnai perpolitikan

[123]M. Muhsin Jamil, *Membongkar Mitos Menegakkan Nalar: Pergulatan Islam Liberal Versus Islam Literal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).
[124]Ulil Abshar-Abdalla dkk, *Islam Liberal dan Fundamental: Sebuah Pertarungan Wacana* (Yogyakarta: eLSAQ Press, 2005).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia. Sementara itu, kajian oleh Ulil Abshar-Abdalla jika dilihat dari sisi formatnya merupakan karya antologis yang sengaja dirancang sebagai medan pertarungan wacana pemikiran Islam antara liberalisme dan fundamentalisme Islam dalam agenda memperebutkan panggung wacana keislaman di Indonesia. Analisis kedua kajian ini telah berhasil mencandra sejumlah persoalan yang menjadi medan dialektika antarkelompok dalam Islam di Indonesia. Sumbangan yang dapat diberikan adalah memberi pijakan mengenai area atau medan konflik simbolik yang tengah diteliti dalam penelitian ini.

d. Penelitian yang dilakukan oleh Ihsan Ali-Fauzi berjudul *Pola-pola Konflik Keagamaan di Indonesia (1990-2008)* atas kerjasama Yayasan Wakaf Paramadina dan The Asia Foundation. Menurut hasil penelitian ini, dalam rentang waktu (1990-2008) tersebut dimungkinkan analisis secara mendalam berbagai konflik keagamaan yang terjadi di bawah rezim otoritarian Orde Baru (1990-1998), rezim transisi menuju demokrasi awal (1998-2004), dan rezim demokrasi baru (2004-2008). Hasil penelitian menunjukkan bahwa duapertiga (2/3) dari konflik keagamaan di Indonesia mengambil bentuk aksi-aksi damai, dan hanya sepertiganya (1/3) yang berbentuk aksi-aksi kekerasan. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kapasitas untuk merespons isu-isu konflik keagamaan dalam bentuk aksi-aksi damai. Di masa depan, tantangannya adalah bagaimana mendorong agar masyarakat menjadikan aksi damai sebagai pilihan utama respons mereka terhadap isu-isu keagamaan yang menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemicu konflik. Penelitian ini telah berhasil mencandra pola-pola konflik keagamaan di Indonesia dan bagi penelitian yang tengah dilakukan ini merupakan sumbangan yang sangat berharga.

e. Penelitian oleh Akh. Muzakki berjudul *Perseteruan Dua Kutub Pemikiran Islam Indonesia Kontemporer: Jaringan Islam Liberal dan Media Dakwah*.[125] Penelitian tersebut menjelaskan perdebatan antara Jaringan Islam Liberal (JIL) dan Media Dakwah (MD) yang merupakan indikasi adanya perseteruan dua kutub pemikiran Islam Indonesia yang secara mendasar berbeda. Perdebatan itu pada tingkatan tertentu tidak selalu berada pada tataran intelektual, akan tetapi bergeser dari level intelektual ke level kepentingan politik. Akibatnya, stigmatisasi politis atau pengenaan cap negatif terhadap JIL kerap mewarnai berbagai laporan MD sehingga perdebatan cenderung kurang maksimal dan kurang produktif bagi dinamika pemikiran Islam Indonesia. Ini merupakan penelitian lanjutan dari yang telah dilakukan oleh Howard M. Federspiel,[126] William R. Liddle,[127], dan Ade Armando,[128] mengenai konflik simbolik yang mengejawentah dalam pembangunan citra negatif terhadap kelompok Islam yang berseberangan secara ideologis. Beberapa penelitian yang

[125]Akh. Muzakki, "*Perseteruan Dua Kutub Pemikiran Islam Indonesia Kontemporer: Jaringan Islam Liberal dan Media Dakwah",* Jurnal Universitas Paramadina, Vol.3, No.1 (September 2003), 40-62.
[126]Howard M. Federspiel, "The Political and Social Language of Indonesian Muslims: The Case of Al-Muslimun", *Indonesia*, No. 38 (October 1984), 55-73.
[127]William R. Liddle, "Media Dakwah Scripturalism: One Form of Islamic Political Thought and Action in New Order Indonesia", dalam *Toward A New Paradigm: Recent Development in Indonesian Islamic Thought*, ed. Mark R. Woodward (Arizona: Arizona State University, 1996), 323-356.
[128]Ade Armando, "Citra Kaum Pembaru Islam dalam Propaganda Media Dakwah", *Ulumul Qur'an*, No. 3, Vol. IV (Tahun 1993), 66-76.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sudah dilakukan tersebut sangat membantu peneliti dalam memberikan contoh analisis konflik yang dikonstruksi melalui bahasa di media massa.

Setelah melakukan pembacaan terhadap berbagai penelitian di atas, penelitian ini berada dalam posisi melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya karena pembahasan mengenai konflik antarkelompok dalam Islam di Indonesia sudah banyak dibahas secara mendetail. Akan tetapi, penelitian ini memiliki unsur kebaruan karena sejauh ini belum ditemukan kajian konflik antarkelompok dalam Islam di Indonesia yang bersumber dari tayangan iklan. Selama ini beberapa kajian tentang iklan dan maknanya banyak dilakukan lewat pendekatan semiologi. Sementara penelitian ini menganalisis iklan dalam perspektif fenomenologi. Potensi tersebut yang menjadi kekhususan penelitian ini. Karena itu, selain untuk memperkaya kajian-kajian sejenis sebelumnya, penelitian ini diharapkan sebagai varian lain mengenai kajian Islam dan simbol.

I. Metode Penelitian

1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya merupakan studi kasus mengenai konflik simbolik antarkelompok dalam Islam di Indonesia. Dalam hal ini, konflik antara JIL dan MMI. Tujuannya adalah memahami kesadaran masing-masing kelompok dalam upayanya memahami suatu nilai, klaim, dan identitas yang melibatkan isu-isu keagamaan atau isu-isu yang dibingkai dalam slogan atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ungkapan keagamaan yang mereka permasalahkan. Oleh karena itu, dari segi pemilihan metode, peneliti harus mendasarkan pada kesesuaiannya dengan tujuan penelitian, sedangkan dari segi obyek penelitian yang kasuistis, peneliti harus menetapkan kasus yang memenuhi kriteria studi kasus, yakni mampu menyediakan data dan informasi yang diperlukan.

Sebagaimana diketahui bahwa persoalan konflik antara JIL dan MMI merupakan gejala kekinian yang harus diselidiki dalam konteks kehidupan nyata. Peneliti pun menyadari bahwa dimensi konflik antarkelompok dalam Islam tersebut bukan merupakan gejala yang sederhana, tetapi merupakan gejala yang sangat kompleks. Untuk itu diperlukan data dan informasi dari berbagai macam sumber sebagai bukti empirik. Dengan demikian, kajian tentang konflik simbolik antara JIL dan MMI mengenai pemaknaan iklan Islam Warna-warni ini dianggap memenuhi syarat dari kriteria studi kasus.

Dalam studi kasus ini, ada dua unit analisis. *Pertama*, permasalahan yang berhubungan dengan realitas yang dikonstruksi, unit analisisnya iklan Islam Warna-warni sebagai produk. *Kedua*, permasalahan yang berhubungan dengan pemaknaan iklan dan implikasinya, unit analisisnya kelompok yang terlibat dalam konflik. Kelompok yang dimaksudkan adalah kelompok JIL dan kelompok MMI. Ketika terjadi konflik antarpribadi dari anggota kelompok tersebut, penafsiran tetap dilakukan dalam kerangka makna sosial bersama (*social shared meaning*). Dengan demikian, diasumsikan bahwa pemaknaan oleh individu dari kelompok tertentu merupakan produk dari konstruksi sosial yang berlaku dalam kelompoknya. Jadi, individu pun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipahami bukan sebagai individu otonom, melainkan sebagai anggota salah satu kelompok, baik kelompok JIL ataupun kelompok MMI.

Mengacu pada kompleksitas gejala konflik antarkelompok dalam Islam tersebut dan berdasarkan pada tujuan penelitian ini, maka paradigma yang dipandang tepat untuk penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Dengan menggunakan paradigma konstruktivis, penelitian ini dirancang untuk menelusuri faktor kesejarahan di balik konflik simbolik antara JIL dan MMI. Dalam hal ini, yang perlu diperhitungkan untuk ditelusuri adalah siapa subyek yang terlibat dalam pembuatan iklan, apa faktor yang menjadi konteks pembuatannya (baik faktor internal maupun eksternal), apa acuan nilai (sumber pengetahuan dan sumber pengalaman) yang dipakai dasar dalam mengonstruksi iklan, dan bagaimana proses konstruksi itu dilakukan. Dari sisi pemirsa iklan juga demikian, penelitian dirancang untuk menelusuri bagaimana pemirsa memaknai iklan, apa sumber pengetahuan dan sumber pengalaman yang dijadikan dasar dalam pemaknaannya, dan apa makna iklan menurut mereka. Dengan demikian, peneliti mempunyai pandangan bahwa proses pemaknaan merupakan pekerjaan inti dalam penelitian ini. Lebih lanjut, dengan bantuan kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian ini, diupayakan adanya temuan-temuan dan implikasi-impilkasi, baik implikasi sosial maupun teoritik, dari penelitian ini.

2. Penentuan Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini subyek penelitian ditentukan dan diwawancarai berdasarkan kemungkinannya dalam memberikan informasi secara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyeluruh dan mendalam. Pada tahap pertama peneliti mendapatkan *key informan* dari kelompok JIL dan kelompok MMI melalui teknik sampel bertujuan (*purposive sampling*). Peneliti menemukan informan dari JIL yang terlibat langsung dalam pembuatan iklan. Dari pihak MMI, peneliti juga menemukan informan yang menyaksikan langsung tayangan iklan di televisi. Selanjutnya, pemilihan subyek dilakukan dengan teknik sampel bola salju (*snowball sampling*). Interaksi peneliti dengan para subyek berhasil memberikan data yang relevan. Dalam setiap wawancara (interview) kepada informan, peneliti selalu menayangkan kembali iklan Islam Warna-warni di hadapan mereka. Penambahan subyek dan wawancara dilakukan hingga mencapai kejenuhan teoritik, yaitu ketika penambahan data dan analisis tidak lagi memberikan sumbangan untuk menemukan sesuatu yang baru.[129] Pada prinsipnya peneliti berpandangan bahwa jumlah sumber data bukanlah segala-galanya, sebab kepedulian utama adalah ketuntasan perolehan informasi yang mencakup seluruh keragaman yang ada guna menjelaskan fakta di lapangan.

3. Strategi Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, peneliti membagi sumber data dan teknik pengumpulan data dalam tiga level, yaitu makro, meso, dan mikro.

a. Level Makro

Pengumpulan data pada level ini dipusatkan pada *sosiocultural practice* (praktik sosial-budaya). Pada level ini data penelitian diperoleh

[129]Anselm Strauss, *Qualitative Analysis for Social Scientists* (Cambridge: Cambridge University Press, 1990), 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari kajian literatur seputar maraknya gerakan keagamaan pascareformasi akibat dibukanya kran demokrasi dan kebebasan berekspresi (data dokumen didekati dengan teknik dokumenter). Penggalian data tentang isu-isu mengenai gerakan keagamaan dan situasi yang melingkupinya tersebut juga dibantu dengan wawancara mendalam (*depth interview*) bersama para pakar di bidang yang relevan dengan fokus penelitian ini.

b. Level Meso

Penggalian data pada level meso dipusatkan pada *discourse practice* (praktik wacana), terutama pada (1) *text production* (proses pembuatan iklan), termasuk penggalian data mengenai pertimbangan-pertimbangan yang dipakai oleh JIL ketika menyusun teks (iklan) tersebut, dan (2) *text consumption*, yaitu tentang bagaimana faktor pemirsa diperhitungkan dalam menyusun teks (iklan) beserta kemungkinannya pemirsa memberikan pemaknaan atas teks (iklan) yang diciptakan tersebut. Untuk pengumpulan data pada level meso ini peneliti melakukan wawancara mendalam (*depth interview*) dengan para pembuat iklan dan para pemirsa iklan yang menjadi subyek penelitian ini. Data sekunder mengenai hal-hal yang berkaitan dengan lembaga yang menangani pembuatan iklan (JIL) dan lembaga yang memberikan pemaknaan terhadap iklan (MMI) juga dipergunakan untuk kepentingan analisis yang sangat berarti.

c. Level Mikro

Penggalian data pada level mikro dipusatkan pada teks (iklan) dengan mengacu pada perlakuan atas peristiwa, sumber yang dikutip,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

strategi pengemasan, dan simbol yang dipergunakan. Data penelitian diperoleh dengan wawancara mendalam (*depth interview*) dengan subyek yang menciptakan teks (iklan). Untuk memperoleh data yang komprehensif, peneliti juga menggunakan metode observasi terhadap teks yang berupa iklan Islam Warna-warni yang dikemas dalam bentuk *compac disc* (CD) melalui pendekatan struktural.

4. Pencermatan Keabsahan Data

Kelayakan atau keabsahan data penelitian ini diupayakan melalui penerapan empat kriteria sebagaimana dianjurkan Lincoln dan Guba,[130] yakni kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Derajat kepercayaan data dalam penelitian ini diusahakan melalui beberapa teknik, yaitu: ketekunan pengamatan untuk menemukan kedalaman, pelibatan teman sejawat melalui diskusi, dan penerapan teknik triangulasi. Melalui ketekunan dalam pengalaman lapangan (*persistent observation*), peneliti bukan saja bermaksud memperoleh informasi secara menyeluruh, tetapi juga informasi yang akurat dan mendalam sehingga hal-hal yang berhubungan dengan kedalaman informasi dapat dicapai. Hasil penelitian ini juga diseminarkan di hadapan teman-teman sejawat peneliti yang dipercaya bisa memberikan kritik dan koreksi terhadap keabsahannya. Selain itu, ketika peneliti berkesempatan menyampaikan hasil penelitian ini di acara Annual Conference on Islamic Studies (ACIS) ke-10 tahun 2010 di Banjarmasin,

[130130]Yvonna S. Lincoln and Egon E. Guba, *Naturalistic Inquiry* (London: Sage Publications, 1985).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diskusi tentang hasil penelitian ini juga dilakukan di sana. Selanjutnya dengan menggunakan teknik triangulasi, peneliti berusaha mencermati suatu gejala dari berbagai sudut pandang dan cara pengalaman lapangan. Dalam hal ini, peneliti melakukan empat macam triangulasi, yaitu: pemeriksaan antar-teknik pengumpulan data, pemeriksaan antar-sumber data, pemeriksaan antar-peneliti, dan pemeriksaan antar-teori.

Triangulasi antar-teknik pengumpulan dan sumber data dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan lapangan sehingga diperoleh data yang terpercaya. Sedangkan triangulasi antar-peneliti dan teori dilakukan bersamaan dengan pengolahan data sesudah pengalaman lapangan dilaksanakan. Triangulasi antar-peneliti dan antar-teori dilakukan dalam bentuk diskusi dan rekonstruksi teoretik. Di sini peneliti tidak hanya membandingkan temuan penelitian ini dengan temuan-temuan substantif penelitian lain, tetapi juga melakukan penghalusan dengan mempertimbangkan teori-teori formal yang relevan.

Terkait dengan derajat keteralihan, dilakukan aplikasi data dan hasil penelitian pada situasi lain yang relatif sama, paling tidak pada konteks yang sama. Peneliti harus memastikan usaha verifikasi data tersebut selama di lapangan.

Adapun derajat kebergantungan dan kepastian dilakukan dengan menyediakan bahan-bahan yang diperlukan untuk pemeriksaan kebergantungan dan kepastian. Implikasinya, peneliti tidak hanya memaparkan proses dan hasil penelitian, tetapi juga jejak-jejak kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian dalam bentuk rekaman visual, transkrip wawancara, catatan lapangan, dan sejumlah bahan dokumenter yang diperoleh dari kegiatan di lapangan.

5. Strategi Pengolahan Data

Pada intinya, dalam memahami dan menafsirkan data, peneliti menerapkan prinsip pikiran terbuka (*open mind*). Artinya, sebagaimana tradisi penelitian pada umumnya, peneliti juga melakukan kajian pustaka dan tinjauan teoritik. Namun demikian, tujuannya bukan untuk menghasilkan hipotesis yang harus diuji berdasarkan data lapangan, melainkan untuk mempertajam kepekaan teoritik dalam rangka memberikan makna data.

Sebagaimana dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor,[131] inti dari analisis data adalah berusaha secara sistematik mengidentifikasi tema-tema dan menyusun penjelasan tentatif atas data, serta berusaha memberikan dukungan empirik terhadap tema dan penjelasan tentatif tersebut. Oleh karena itu, analisis data kualitatif memang bukan pekerjaan teknis belaka. Artinya, sesuai dengan hakikat permasalahan yang diajukan, peneliti bisa memilih pendekatan analisis yang dipandang paling sesuai dengan tujuan penelitian.

Berkenaan dengan usaha memberi makna teoritik data penelitian ini, analisis dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap penyandian, yaitu

[131]Robert C. Bogdan and Steven J. Taylor, *Introduction to Qualitative Research Method* (Boston: John Wiley & Son, 1975), 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyandian terbuka (*open coding*), penyandian pokok (*axial coding*), dan penyandian terpilih (*selective coding*).[132]

Pada penyandian terbuka yang dilakukan ketika sedang melakukan kegiatan lapangan, peneliti menspesifikasi, memverifikasi, dan merumuskan konsep atau kategori secara longgar.[133] Secara operasional, kegiatan ini dilakukan dengan mengenali dan mengelompokkan sejumlah kata kunci yang ditemukan dari catatan lapangan. Pengenalan dan pengelompokan dilakukan dengan mengacu pada kategori-kategori terpilih serta model teoritik yang digunakan.

Proses analisis ini juga dilakukan dengan menerapkan paradigma penyandian (*coding paradigm*) yang mencakup kondisi penyebab, interaksi para pelaku, strategi dan taktik, serta akibat-akibat.[134] Dengan demikian, peneliti selalu mempertanyakan kondisi apa yang menyebabkan terjadinya gejala konflik, bagaimana pola interaksi yang dilakukan oleh para pelaku konflik, strategi dan taktik apa yang digunakan oleh para pelaku, serta akibat-akibat apa yang timbul dari gejala konflik tersebut.

Pada penyandian pokok, peneliti mencari kategori utama yang menonjol serta saling keterhubungan. Sebagai hasilnya, peneliti mengetahui hubungan antarkategori utama dan antarsub-kategori.[135] Melalui kegiatan ini pula,

[132]Anselm Strauss, *Qualitative Analysis for Social Scientists*, 28-38.
[133]Ibid.
[134]Ibid.
[135]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti menyusun sejumlah proposisi teoritik yang masih terus dipertajam berdasarkan data berikutnya.

Dalam praktiknya, karena data penelitian ini bersifat kualitatif, khususnya berupa ungkapan dan hasil kajian dokumen, maka proposisi-proposisi tentang hubungan antarkategori dikembangkan berdasarkan prinsip logik dan kronologik. Bila hubungan antarkategori tersebut benar-benar didukung oleh data empirik, maka proposisi-proposisi tersebut disertakan dalam proses analisis berikutnya.

Pada penyandian terpilih, peneliti memadukan sejumlah proposisi, baik dalam bentuk matriks atau bagan teoritik.[136] Dalam kaitan ini, terdapat dua jenis proposisi, yaitu proposisi substantif dan proposisi formal. Proposisi substantif lebih mengacu pada data empirik, sedangkan proposisi formal lebih mengacu pada konsep-konsep dalam ilmu-ilmu sosial. Hasil kegiatan ini adalah proposisi-proposisi yang menjadi bahan dasar bagi model awal yang menggambarkan saling keterkaitan antara kategori-kategori konseptual.

Terakhir, peneliti melakukan kegiatan negosiasi temuan (*findings negotiation*). Dalam kegiatan ini, pada dasarnya peneliti memadukan antara penafsiran data menurut peneliti dengan penghayatan menurut para pelaku atau subyek penelitian. Dengan demikian, mengutip pernyataan Emerson,[137] peneliti memadukan antara perspektif setempat (*emic*) dengan perspektif teoritik (*etic*). Dalam praktiknya, peneliti menyajikan baik data mentah

[136]Ibid.
[137]Koentjaraningrat dan Donald K. Emerson, *Aspek Manusia dalam Penelitian Masyarakat* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1985), 285.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maupun kesimpulan sementara di hadapan subyek penelitian. Bila ternyata tidak terdapat perbedaan mencolok, maka temuan atau kesimpulan tersebut bisa dipandang benar.

J. Sistematika Bahasan

Kajian tentang suatu masalah selalu meniscayakan adanya ancangan awal dari peneliti agar masalah yang akan dikaji dapat ditempatkan dalam plot/alur yang sistematis. Atas dasar itu, peneliti membuat sistematika bahasan penelitian ini dalam enam (6) bab.

Pada bab pertama yang merupakan pendahuluan, peneliti menjelaskan fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini. Peneliti berusaha mengidentifikasi masalah yang diteliti dan melakukan pembatasan supaya penelitian lebih fokus pada masalah tersebut. Dalam pendahuluan ini dirumuskan masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan, dilanjutkan dengan tujuan penelitian, dan kegunaan atau signifikansi penelitian.

Pada pendahuluan ini juga dipaparkan hasil tinjauan pustaka dan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian. Setidaknya ada dua alasan perlunya pemaparan tinjauan pustaka dan kerangka teori: sebagai bahan perbandingan dan untuk menunjukkan bahwa kajian yang dilakukan peneliti berbeda dengan kajian-kajian yang pernah dilakukan sebelumnya. Tinjauan pustaka memaparkan karya-karya dan hasil penelitian yang ada kaitannya dengan fokus penelitian ini, meliputi simbolisme dalam iklan, simbolisme dalam agama dan praktik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beragama, serta potensi konflik yang disebabkan oleh simbol. Sedangkan kerangka teori memaparkan tentang teori konstruksi sosial yang digunakan sebagai kerangka dalam penelitian ini.

Hal lain yang juga penting dibahas dalam bab pertama ini adalah metode penelitian. Dalam hal ini, peneliti menjelaskan rancangan penelitian ini beserta paparan paradigma penelitian dan unit analisisnya, bagaimana peneliti menentukan subyek penelitian, bagaimana strategi pengumpulan data, pencermatan keabsahan data, dan bagaimana strategi pengolahan data dilakukan.

Pada bab kedua, peneliti menjelaskan tentang kelompok-kelompok Islam di Indonesia yang terlibat konflik simbolik. Penjelasan difokuskan pada kelompok Islam liberal dan kelompok Islam fundamental beserta gerakan dan pemikirannya.

Setelah diketahui kriteria dan tipologi kedua kelompok Islam yang terlibat konflik, pembahasan dilanjutkan pada latar historis dan ideologis di balik konstruksi realitas iklan Islam Warna-warni. Pada bab ketiga, peneliti memaparkan latar historis tersebut dengan fokus pada peristiwa-peristiwa tahun 1998 hingga 2002 ketika iklan Islam Warna-warni dikonstruksi. Paparan latar ideologis difokuskan pada argumentasi kelompok Islam liberal ketika mengonstruk iklan.

Pada bab keempat, peneliti menjelaskan proses konstruksi iklan Islam Warna-warni oleh penciptanya. Proses konstruksi diawali dengan tahap penciptaan iklan dan negosiasi makna oleh para penciptanya. Selanjutnya hasil konstruksi tersebut ditayangkan melalui media televisi dan terjadi proses

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

internalisasi nilai-nilai iklan. Bab ini juga menjelaskan tentang dialektika tanggapan yang diakibatkan oleh pemaknaan iklan Islam Warna-warni.

Pada bab kelima, peneliti menjelaskan penafsiran hasil penelitian. Dari hasil analisis ini dipaparkan implikasi sosial atas konflik simbolik dalam konteks kehidupan beragama di Indonesia.

Kajian panjang lebar pada bab-bab sebelumnya diakhiri dengan bab keenam yang merupakan bab penutup atas sistematika bahasan penelitian ini, terdiri dari simpulan penelitian, implikasi teoritik, keterbatasan studi, dan rekomendasi hasil penelitian. Dengan demikian, penutup ini juga menandai kesinambungan bentuk dan isi seluruh hasil penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id